

DOI: 10.21204/2359-375X/ancora.v3n1p100-124

# Convergente por formação: o novo paradigma e os desafios para as futuras gerações profissionais e os cursos de jornalismo

Convergent by formation: the new paradigm and the challenges for future professional generations and journalism courses

Maria Lúcia BECKER<sup>1</sup>

## Resumo

O artigo propõe uma reflexão sobre o jornalismo convergente e a aprendizagem que possa habilitar as novas gerações para o tipo de exercício profissional exigido no mercado de trabalho. Tendo como base uma pesquisa bibliográfica e dados da observação participante realizada durante as discussões do novo Projeto Pedagógico do curso de Jornalismo da UEPG, faz uma sistematização histórica e teórica da convergência – de mídias, de produtos das indústrias culturais e de modelos de consumo de informação, cultura e lazer –, indica características do novo paradigma no jornalismo e alguns desafios colocados para os estudantes, professores e cursos neste processo de mudanças.

## Palavras-chave

Jornalismo convergente; Jornalismo multiplataforma; Pedagogia do jornalismo; Jornalismo e cidadania.

## Abstract

The article proposes a reflection on convergence journalism and on the learning process that may enable new generations to practice the type of professional exercise that is demanded in the labor market. Based on a bibliographical research and on data derived from the participant observation carried out during the discussions about the new Pedagogical Project of the UEPG's Journalism Course, this study produces a historical and theoretical systematization of convergence – of media, of cultural industries' products and of information, culture and leisure consumption models. In addition, the article reunites characteristics of the new paradigm in journalism, as well as indicates some of the challenges posed to students, teachers and courses during this process of changes.

## Keywords

Convergence journalism; Multiplatform journalism; Pedagogy of journalism; Journalism and citizenship.

RECEBIDO EM 19 DE DEZEMBRO DE 2015  
ACEITO EM 01 DE FEVEREIRO DE 2016

<sup>1</sup> Jornalista. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Mestre em Multimeios Universidade Estadual de Campinas. Coordenadora do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (DeJor-UEPG). Conferencista do Simpósio Internacional sobre Jornalismo em Ambientes Multiplataforma, realizado em João Pessoa em novembro de 2015. Contato: marialuciabecker@yahoo.com.br

**P**ara os brasileiros, pode-se dizer que mais significativo do que o aniversário de 25 anos da World Wide Web, comemorado em 2014 no mundo todo, é o marco de 20 anos da abertura no Brasil do seu uso a toda a sociedade, festejado em 2015 com a divulgação do índice de 60% da população conectada (cerca de 120 milhões de pessoas). A também chamada “abertura comercial” da internet aconteceu em 1995, quando começaram a ser criados os provedores de acesso, que ofereciam a conexão discada (via linha telefônica), cobrando por minuto de navegação a uma velocidade de 56 kbps. Antes disso, apenas as universidades e alguns outros órgãos de governo tinham acesso, via Rede Nacional de Pesquisa (RNP), além dos grupos populares ligados ao Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) – uma ONG do Rio de Janeiro que criou já em 1989 o provedor chamado Alternex.

Se os primeiros acessos dos brasileiros à internet foram feitos em 1995 – ano em que apenas 250 pessoas foram escolhidas pela Embratel, entre cerca de 15 mil inscritos, para experimentar a nova tecnologia –, isto quer dizer que atualmente os cursos de Jornalismo trabalham com a primeira geração de nativos da internet. Muitos/as dos/as estudantes com 17 a 20 anos de idade tiveram contato com a rede mundial já na sua infância, por intermédio dos seus pais, provavelmente durante a chamada “explosão da internet” no Brasil (de 2004 a 2007), quando o Orkut se tornou o motivo principal de busca por acesso mesmo por parte das pessoas que não possuíam computador ou não podiam contratar um provedor e faziam fila nas lan-houses.

Estes/as estudantes fazem parte da primeira geração de brasileiros que, ainda adolescentes, puderam ter o acesso próprio, individual, livre de restrições (de horário, local, vigilância dos pais), por meio do aparelho de telefone celular. Vale lembrar que o boom dos smartphones começou em 2010, no Brasil, ano em que houve um crescimento de quase 279% na aquisição destes aparelhos, em contraste com 101% de aumento na compra de celulares comuns, segundo pesquisa da Nielsen (2011). A partir daí esta tendência foi reforçada com o lançamento, por parte das

operadoras de telefonia, dos planos de uso pré-pago a menos de R\$1,00 (um real) por dia em que o usuário acessa a internet.

Um ano depois, com base em outra pesquisa, a Nielsen revela que 40% dos celulares no Brasil faziam “uso avançado de dados”, ou seja, acesso à internet, destacando que na faixa etária de 15 a 24 anos, 90% dos usuários pertencem à categoria “pré-pago” (NIELSEN, 2012). De acordo com pesquisa realizada pelo Google entre junho e agosto de 2015, nos últimos cinco anos o número de donos de smartphone no Brasil pulou de 10 milhões para 93 milhões (GOMES, 2015). Assim, se as lan-houses foram o principal meio de inclusão digital para os brasileiros na década de 2000, este papel passou a ser desempenhado pelo celular nos anos 2010.

Dois últimos dados importantes: 1) a pesquisa “TIC Domicílios e Usuários 2014”, feita pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic.br), instituição ligada ao Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI), constata que 83% dos jovens com idade entre 16 e 24 anos são usuários de internet (CETIC, 2015); 2) em outra pesquisa, intitulada “TIC Kids Online Brasil”, feita com crianças e adolescentes com idades entre 9 e 17 anos, o Cetic.br identifica que 82% deste público utiliza o celular para acessar a internet (CGI, 2015).

Os números indicam que, na faixa etária dos adolescentes e jovens, passamos da fase de discussão do acesso para a fase de reflexão sobre a participação e seus desdobramentos em mudanças culturais. Se o reconhecimento dessa nova condição já faz uma diferença significativa nos processos educativos em geral, pode-se dizer que, na área de comunicação e do jornalismo, é fundamental para um desempenho minimamente satisfatório da qualificação profissional. Como explica Jenkins (2009, p. 52), “enquanto o foco permanecer no acesso, a reforma permanecerá concentrada nas tecnologias; assim que começarmos a falar em participação, a ênfase se deslocará para os protocolos e práticas culturais”.

Pertencentes a esta nova geração, os jovens que atualmente frequentam os cursos de Jornalismo (e todos os outros cursos universitários) têm como sua a chamada cultura da convergência, pois, desde a adolescência – quando não desde a infância –, têm a sua

formação para a vida adulta forjada neste contexto. Ao mesmo tempo, a maioria dos seus professores ainda olha, estuda, pesquisa, experimenta a convergência de fora para dentro, a passos lentos, com dificuldade de se apropriar dos elementos necessários para uma compreensão global da nova realidade.

O objetivo deste artigo é propor uma reflexão, primeiro sobre a convergência de mídias, a cultura da convergência e o jornalismo convergente; depois, sobre o ensino de jornalismo e alguns dos desafios colocados a professores, estudantes e cursos neste processo de mudanças (lembrando que, para a atual e as futuras gerações de estudantes, não há mudanças!). Em termos metodológicos, a base é a da pesquisa bibliográfica, juntamente com dados da observação participante anotados durante os debates sobre o novo currículo realizados por professores e estudantes no curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa nos anos de 2013 e 2014, assim como informações do próprio documento do Projeto Pedagógico que teve sua implantação iniciada em 2015.

## **Convergência, a cultura**

Paul Virilio, no livro "O espaço crítico", cuja primeira edição em francês foi publicada em 1984, em sua reflexão sobre a crise da noção de dimensão, afirma: "às grandes narrativas de causalidade teórica sucederam-se assim as pequenas narrativas de oportunidade prática e, finalmente, as micro-narrativas de autonomia". Para Virilio (1993, p. 19), a crise da noção de dimensão se originou da crise "do inteiro, ou seja, de um espaço substancial, homogêneo, herdado da geometria grega arcaica, em que as partes, as frações, novamente tornam-se essenciais (...)". Após a constatação da atual facilidade de se passar, sem transição, da percepção do "infinitamente pequeno" para a percepção do "infinitamente grande", o pesquisador acrescenta: "é ainda significativo observar a importância readquirida pelo PONTO na imagem eletrônica, como se a dimensão 0 reassumisse subitamente sua importância digital, em detrimento da linha, da superfície e do volume, dimensões analógicas ultrapassadas ..." (VIRILIO, 1993, p. 24-25, grifos do autor).



Recuperar Virilio aqui agora – uma referência da linhagem crítica de pesquisadores que marcou o debate sobre a sociedade tecnologizada no início dos anos 1990 – tem o objetivo de trazer o seu olhar de estranhamento para ajudar a desnaturalizar processos e situações difíceis de serem notadas pelos nativos das redes digitais online. Isto é particularmente importante nos cursos de jornalismo e comunicação nesta década, no Brasil, com as contradições e embates da geração do ponto versus geração da linha, em que muitos professores, especialmente aqueles com mais de 45/50 anos, mesmo buscando entender e incorporar os modos de pensar e agir das novas gerações, acabam se vendo traídos a todo momento por um ou outro traço de seu perfil identitário – perfil moldado pela visão da história na qual os acontecimentos se perfilam na linha reta entre o passado, o presente e o futuro, sendo o futuro entendido como um espaço-tempo tão melhor quanto for o esforço coletivo organizado de luta por transformações sociais. Esta é uma das chamadas grandes narrativas que, por terem envolvido e mobilizado contingentes significativos de várias gerações dos séculos XIX e XX, podem interferir na compreensão do contexto atual, em que prevalecem, como bem ressaltou Virilio, as “micronarrativas de autonomia”.

Para Jenkins (2009, p. 29-30), com a convergência (tecnológica, mercadológica, cultural e social), as novas gerações estão protagonizando uma transformação cultural, “à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. Ele explica que a convergência não se dá nos aparelhos, ou por meio deles: “a convergência ocorre dentro do cérebro de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”. É o consumo realizado em meio a estas interações, ou seja, “como prática interligada em rede”, que constitui a nova cultura (JENKINS, 2009, p. 327). Quando o autor relaciona “cultura da convergência” com “cultura participativa”, no entanto, aparece claramente a interferência da linha na cultura do ponto. Citando Pierre Lévy, Jenkins coloca lado a lado o poder de participação dos consumidores, o poder do Estado-nação e o poder das corporações:

Em todo o livro, demonstrei que a cultura da convergência está possibilitando novas formas de participação e colaboração. Para Lévy, o poder de participar de comunidades de conhecimento coexiste com o poder que o Estado-nação exerce sobre os cidadãos e o poder que as corporações, dentro do capitalismo, exercem sobre os trabalhadores e consumidores. Para Lévy, em seu momento mais utópico, esse poder emergente de participar serve como um vigoroso corretivo às tradicionais fontes de poder, embora elas também procurem usá-lo para seus próprios fins. Ainda estamos aprendendo como exercer esse poder – individual ou coletivamente – e ainda estamos lutando para definir as condições sob as quais nossa participação será permitida. (JENKINS, 2009, p. 328).

Perguntando se não estaria concedendo “poder demais” às “comunidades de consumo”, o autor afirma que não quer prever o futuro, mas apenas tentar apontar “o potencial democrático encontrado em algumas tendências culturais contemporâneas”. Então, define-se como um “utópico crítico” e destaca que quer “identificar as possibilidades dentro de nossa cultura que possam levar a uma sociedade melhor e mais justa”. (JENKINS, 2009, p. 329)

Outro pesquisador das questões culturais e de sociabilidade a partir do uso da internet, Manuel Castells (2003, p. 106-107) diz que, nas sociedades complexas, há um “deslocamento da comunidade para a rede como forma central de organizar a interação” e explica a diferença entre comunidade e rede: “as comunidades, ao menos na tradição da pesquisa sociológica, baseavam-se no compartilhamento de valores e organização social. As redes são montadas pelas escolhas e estratégias de atores sociais, sejam indivíduos, famílias ou grupos sociais”. Para Castells, a tendência dominante na sociedade atual “é ascensão do individualismo, sob todas as suas manifestações”. O autor afirma que houve uma transição das relações sociais em direção a um sistema centrado no indivíduo.

Após a transição da predominância de relações primárias (corporificadas em famílias e comunidades) para a de relações secundárias (corporificada em associações), o novo padrão dominante parece fundar-se no que poderíamos chamar de

relações terciárias, ou no que Wellman chama de “comunidades personalizadas”, corporificadas em redes egocentradas. Representa a privatização da sociabilidade. Essa relação individualizada com a sociedade é um padrão de sociabilidade específico, não um atributo psicológico. (...) O novo padrão de sociabilidade em nossas sociedades é caracterizado pelo individualismo em rede. (CASTELLS, 2003, p. 108).

Mas a conclusão de que “o papel mais importante da internet na estruturação das relações sociais é sua contribuição para o novo padrão de sociabilidade baseado no individualismo” (CASTELLS, 2003, p. 109) é revista em obra mais recente. No livro intitulado “Redes de indignação e esperança”, cuja primeira edição em inglês foi publicada em 2012, Castells diz que “há uma conexão fundamental” entre a internet e os movimentos sociais em rede: “eles comungam de uma cultura específica, a cultura da autonomia, a matriz cultural básica das sociedades contemporâneas”. Na sequência, explicando que os movimentos transformam “pessoas em sujeitos de suas próprias vidas, ao afirmar sua autonomia em relação às instituições da sociedade”, o autor afirma que há uma transformação cultural nas sociedades e diferencia “individuação” de “individualismo”:

[...] as características básicas dessa transformação cultural se referem à emergência de um novo conjunto de valores definidos como individuação e autonomia, os quais nascem nos movimentos sociais da década de 1970 e, com crescente intensidade, permeiam toda a sociedade nas décadas seguintes. Individuação é a tendência cultural que enfatiza os projetos do indivíduo como supremo princípio orientador de seu comportamento. Individuação não é individualismo, pois o projeto do indivíduo pode ser adaptado à ação coletiva e a ideais comuns, como preservar o meio ambiente ou criar uma comunidade, enquanto o individualismo faz do bem-estar do indivíduo o principal objetivo de seu projeto particular. (CASTELLS, 2013, p. 171-172).

Na obra *Comunicación y Poder* (2009, p. 99-108), Castells discute a ação dos consumidores-emissores – indicada por Jenkins como “prática interligada em rede”, em que o consumo individual se dá de forma compartilhada, por meio das interações sociais com outras pessoas e

grupos –, definindo o processo como “autocomunicação de massas”. Com o uso do prefixo “auto”, o autor ressalta o potencial de autonomia, independência, liberdade tanto na recepção quanto na emissão de conteúdos, uma vez que estas duas condições (de receptor e de emissor) se articulam e se misturam seja na produção e disseminação de material inédito, seja na seleção, edição, complementação, (re) organização, (re) produção, (re) criação, (re) distribuição do que já está de alguma forma circulando nas redes.

## **Novo paradigma**

Do ponto de vista econômico, legal e tecnológico, a convergência (de televisão, telefonia e informática) tem como marco inicial o ano de 1956, com a tentativa da empresa AT&T (de telecomunicações) de entrar na área da computação, afirmam Capparelli e Santos (1999, p. 135). Barrada esta iniciativa pelo Estado norte-americano, a proposta volta à tona nos anos 1990, quando os grupos empresariais passam a pressionar mais fortemente no sentido da eliminação dos impedimentos legais das fusões e da propriedade cruzada de meios (controle de diferentes veículos de comunicação em um mesmo mercado). De acordo com os autores, a mudança definitiva na legislação ocorre em 1996, com a aprovação do Telecommunications Act, nos EUA, que passa a servir de exemplo aos demais países, com a liberação de investimentos simultâneos – por parte das empresas – em telecomunicações, comunicação eletrônica e informática. Assim, no final da década de 1990, os pesquisadores já conseguem visualizar cinco formas de convergência:

- a convergência das tecnologias de distribuição de dados, imagens e sons através da digitalização da informação;
- a convergência de equipamentos de comunicação, telecomunicações e informática;
- a convergência dos modelos de consumo de informação, entre comunicação de massa e comunicação interativa;
- a convergência dos produtos das indústrias culturais em um único produto multimídia;
- a convergência da economia das comunicações que agrupa dois setores distintos – telecomunicações e comunicação eletrônica de



massa – mediados pela informática. (CAPPARELLI e SANTOS, 1999, p. 136).

A gestação das quatro primeiras formas de convergência é precedida e promovida pela última, com as “desregulações e (re) regulações” no processo de reorganização do sistema capitalista dentro do chamado modelo neoliberal. Conforme relatam Capparelli e Santos (1999), no Brasil e em outros países da América Latina (Argentina, Chile, México, Peru e Venezuela), a década de 1990 se caracteriza como a da privatização e das fusões e alianças empresariais nos diversos setores da economia, entre os quais o das telecomunicações. O mesmo se dá na Europa e demais regiões do mundo, como constata Salaverría (2001, p. 390, tradução nossa): “mediante operações de fusão, absorção ou através de acordos de cooperação estratégica, empresas de toda índole têm procurado crescer para consolidar sua posição no mercado”. Assim, as primeiras pesquisas sobre a convergência das comunicações são contextualizadas neste percurso de mudanças no modelo de desenvolvimento do capitalismo.

No início dos anos 2000, o conceito ganha outra dimensão, com foco principalmente na produção e nos produtos. Isto se deve a uma mudança na própria forma de atuação das empresas de comunicação. Com as fusões, incorporações, propriedade cruzada de meios, entre outros modos de (re) organização do setor, tornou-se prática comum a criação de “círculos virtuosos” em que um veículo direciona a audiência para outro do mesmo grupo empresarial, e a integração multimídia se dá, portanto, entre as empresas, por razões e fins apenas econômicos. Para esta primeira fase, Salaverría dá o nome de “integração instrumental” e prevê um próximo momento que seria o da “sinergia informativa e não só empresarial e econômica entre os meios”, uma vez que a internet poderia juntar imagens, sons e textos na composição de um conteúdo inicial e “arrastar” a audiência para os meios específicos (impressos, rádios e TVs), onde se encontraria maior qualidade informativa (SALAVERRÍA, 2001, p. 393).

Na mesma perspectiva, Mark Deuze, em pesquisa publicada no ano de 2004, também identifica duas compreensões da convergência, porém com análise mais centrada na organização da produção: uma em que a convergência é definida “em termos de uma (crescente) cooperação e colaboração entre as outrora distintas salas de redação e outras partes da moderna companhia de media” (DEUZE, 2004, p. 140, tradução nossa); e outra que trata do processo de fusão das salas de redação já em fase experimental em algumas empresas de mídia. A primeira constitui o que o autor chama de “estratégias de 'cross-promotion', com a articulação de diferentes plataformas de media, canais e mercados”, ou seja, projetos integrados de multimídia, comuns na indústria do entretenimento, que envolvem profissionais de diversas áreas da comunicação – jornalistas, publicitários, relações públicas, designers gráficos, produtores de vídeo, locutores, apresentadores, entre outros. (DEUZE, 2004, p. 141). Já a fusão das redações diz respeito à integração das rotinas produtivas de dois ou mais tipos de veículos (principalmente do impresso com o online), que tem como pioneiros o jornal francês Libération e o norte-americano The Wall Street Journal.

No Brasil, entre os precursores da produção jornalística multimídia está o Grupo RBS (Rede Brasil Sul), que, em 2003, implantou um programa de capacitação de seus profissionais (quase mil jornalistas, na época), em duas etapas: uma de atualização, “em que cada jornalista dedicava três horas diárias, em dias diferentes para entender as outras mídias”, e outra, já nos anos 2004/2005, no formato de cursos para aprofundar o conhecimento, aplicados a grupos pequenos, com carga horária de cinco horas diárias, durante quatro meses. Em meados de 2007, o jornal Zero Hora fez a fusão da sua redação com a do portal do Grupo RBS. (MORAIS, 2007, p. 16). Antes disso, no início de 2006, o Grupo Estado tinha anunciado a integração das redações do portal online, do jornal O Estado de São Paulo e do Jornal da Tarde. Pode-se dizer que estes foram os primeiros passos em direção ao jornalismo multiplataforma consolidado na primeira metade da década de 2010.

No âmbito da pesquisa científica e da teorização, entretanto, tem avançado a compreensão da convergência jornalística mais como processo

do que nos seus efeitos (de fusão ou integração, entre outros). Como afirmam os pesquisadores Salaverría, Avilés e Masip (2007), citados por Schwingel (2012, p. 257), a convergência jornalística é “um processo multidimensional” que propicia uma “integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente separadas”. Assim, trata-se de um processo complexo que transforma profundamente o saber-fazer jornalístico, pois, desde a produção da pauta, toda a elaboração do conteúdo precisa ser feita de forma a possibilitar sua distribuição em diversas plataformas, cada uma com sua linguagem. Esta transformação não inclui, obviamente, aspectos que nunca devem mudar, como o rigor máximo na apuração e o cumprimento de normas éticas.

Como processo, mais recentemente a convergência passou a integrar também as redes sociais online ao jornalismo, ou seja, como tinham previsto Capparelli e Santos (1999, p. 136), trata-se da “convergência dos modelos de consumo de informação, entre comunicação de massa e comunicação interativa”. É o que Jenkins (2009, p. 327) chama de “a maior mudança”, em que há “a substituição do consumo individualizado e personalizado pelo consumo como prática interligada em rede”.

Jenkins (2009, p. 37) localiza o início da produção teórica sobre a convergência em 1983, com o lançamento do livro *Technologies of Freedom*. Nele, o pesquisador Ithiel de Sola Pool, além de “delinear o conceito de convergência como um poder de transformação dentro das indústrias midiáticas”, indica a integração entre a comunicação pessoal e as comunicações de massa e a mudança na forma de recepção (“a relação um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso está se corroendo”). Tendo as mudanças culturais como perspectiva de análise, Jenkins diz que a convergência não depende de um mecanismo de distribuição específico.

Em vez disso, a convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos de mídia e em

direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima. (JENKINS, 2009, p. 325).

Nesta linha, com o foco apenas no jornalismo, também se pode dizer que há um novo paradigma, uma vez que o chamado jornalismo convergente vem se tornando uma prática comum nas redações e definindo problemas e métodos de pesquisa. Dos anos 1980 até a metade desta década de 2010, as investigações, delimitações conceituais e sistematizações teóricas vêm construindo uma base de sustentação para a definição de modelos. Assim, no paradigma do jornalismo convergente, podem-se destacar os seguintes pressupostos e características:

- Linha editorial clara, sendo do conhecimento e domínio de todos os profissionais, de forma a agilizar decisões e atitudes;
- Primazia à essência do fato/tema objeto da apuração. Ao contrário do que possa parecer ao se usar a expressão “jornalismo multiplataforma” e/ou “multimídia”, dando a impressão de um condicionamento à configuração assumida pelos produtos no momento da sua publicação, a apuração precisa levantar o máximo possível de elementos sobre o objeto a ser transformado em acontecimento noticioso, o que significa a valorização de dois momentos em especial: o da problematização inicial e o da análise de todas as possibilidades a partir do material levantado na apuração;
- Trabalho em rede integrada com atuação simultânea de diferentes profissionais. Da mesma forma que a recepção passou a se dar em rede, a produção convergente também requer não somente uma sequência de procedimentos de um mesmo profissional, mas a atuação sincrônica e integrada de repórteres, profissionais para levantamento/tratamento de dados, cinegrafistas, produtores, apresentadores, gerenciadores de redes sociais online, diagramadores, administradores de portais e sites, editores especializados para fechamento dos produtos em cada linguagem e plataforma, entre outros;
- Atitude pró-ativa dos repórteres diante da pauta, para perceber as formas mais adequadas de expressão de cada elemento informativo (gráfico, vídeo, foto, áudio, mapa, entre outros) e empenhar-



se na qualidade no momento da captura do material bruto (por exemplo, o áudio de uma entrevista) com o objetivo de evitar retrabalho posterior;

- Canais de comunicação estruturados de modo que todos possam acompanhar e intervir nos processos e, ao mesmo tempo, cada um possa interagir direta e continuamente com o núcleo de produção constituído pontualmente para a cobertura em pauta;

- Produção de pautas já com as indicações para uma apuração que resulte em texto, áudio e imagem (foto e vídeo), deixando para o decorrer do processo de apuração as decisões definitivas quanto à melhor linguagem para apresentar cada conjunto de informações e quanto ao formato que estas devem adquirir em cada plataforma, daí a importância do funcionamento dos canais de comunicação dentro da rede integrada;

- Banco de pautas e de peças editadas em local acessível online ao conjunto de produtores e editores;

- Rotina fluida – exceto no caso dos editores de fechamento de produtos, em vez de profissionais fixos em editorias e plataformas, trabalho em fluxo contínuo, dando vazão à produção de pautas, pesquisas, apuração, edição de peças, fechamento de produtos, publicação, distribuição, circulação, monitoramento dos fluxos e públicos ... Ou seja, os núcleos de produção se organizam e se reorganizam quase que de forma caleidoscópica de acordo com as necessidades de cada cobertura/pauta;

- Interligação dos diversos veículos/produtos em rede com o objetivo de se promoverem mutuamente junto aos públicos das diferentes plataformas.

## Formação convergente

Para os jornalistas “monomídia” – a grande maioria dos que saíram das escolas até 2015 –, imaginar que um mesmo repórter faça produções para diferentes plataformas causa arrepios e até indignação. Aqueles que passaram por cursos estruturados em disciplinas fechadas sobre o aprendizado de cada meio (jornal/revista, rádio e TV), sempre tendo como ponto de partida o texto para o jornal impresso, e/ou que trabalharam por anos em um só tipo de suporte, percebem a produção multimídia ou

multiplataforma muitas vezes apenas como uma imposição das empresas para aumento de seus lucros.

A crítica ao modelo do “jornalista polivalente”, ou “superjornalista convergente”, se tornou comum nos meios profissionais e acadêmicos a partir da integração das redações em algumas empresas e, principalmente, a partir da distância verificada entre um perfil ideal criado pelo mercado de trabalho em contraposição à rotina real da produção, em que as mudanças na relação consumidor-produtor e, portanto, nos modelos de negócios geram corte de pessoal e acúmulo de funções para os que permanecem.

Sem dúvida, como aponta Jenkins, a convergência beneficia a grande indústria midiática que, organizada em conglomerados, pode criar “múltiplas formas de vender conteúdos aos consumidores” e consolidar a sua fidelidade ...” (JENKINS, 2009, p. 325); enquanto, para seus empregados, “pressupõe um pesadelo trabalhista”, de acordo com Kischinhevsky (2009, p. 69):

Ao receber a incumbência de cobrir um mesmo fato em texto, áudio e vídeo, um repórter se vê diante do desafio de cumprir a missão em tempo hábil, como em uma gincana, pressionado pela chefia em relação a horários de fechamento distintos – sem contar a burla à legislação, que exige a formação específica para o exercício das funções de repórteres fotográfico e cinematográfico. Muitas vezes, embora resista a admitir abertamente, o jornalista acaba deixando em segundo plano a profundidade na apuração, abrindo mão de novas entrevistas que poderiam garantir maior qualidade na informação, para não estourar (em demasia) a jornada de trabalho legal. (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 69).

Ao mesmo tempo, não há como negar dois conjuntos de mudanças que têm consequências diretas para a produção jornalística: um relacionado à forma como as pessoas estão passando a lidar com as mídias e outro relacionado à forma como os profissionais estão passando a executar seu trabalho. O primeiro foi abordado nos pontos anteriores do presente texto, como parte de uma nova cultura. Quanto ao segundo conjunto de mudanças, dois aspectos se destacam: o uso das redes sociais online e de blogs por parte dos jornalistas, tanto na fase de

apuração quanto na de distribuição de conteúdos; e o uso de smartphones e outros equipamentos móveis na produção de jornalismo multimídia e multiplataforma de um modo rotineiro e natural principalmente por parte de jovens recém inseridos no mercado de trabalho.

Lançar mão do uso da própria internet na apuração jornalística – seja para a pesquisa de informações, seja para a comunicação com as fontes – não é novidade. No texto “O ciberespaço como fonte para os jornalistas”, publicado em 2003, Elias Machado já defendia a “criação de técnicas de pesquisa e apuração adequadas ao entorno constituído pelas redes telemáticas”. Para o autor, a tecnologia de rede proporcionou: a multiplicação de fontes e, com isso, uma alteração na “relação de forças entre os diversos tipos de fontes porque concede a todos os usuários o status de fontes potenciais para os jornalistas”; a possibilidade de um amplo levantamento de dados sobre um determinado fato antes de o/a repórter sair em busca de declarações, promovendo, assim, uma “inversão no processo tradicional de produção de notícias”; o acesso online a todo tipo de dados oficiais (dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário em todos os níveis, além de outras instituições e empresas); a rápida checagem de informações; o acompanhamento do desenrolar de acontecimentos em curso; e o rompimento dos limites das distâncias físicas para acesso a fontes, dados, ou mesmo para a realização de uma cobertura completa (MACHADO, 2003, p. 7-9). Embora todo este potencial já estivesse colocado desde que a internet se tornou de acesso público, vale citar que, no Brasil, dois outros fatores têm contribuído para uma incorporação ampliada do uso do ciberespaço como fonte para os jornalistas nos últimos anos: a implementação da Lei de Acesso à Informação e do Marco Civil da Internet e a popularização das redes sociais online.

Quanto ao chamado jornalismo móvel, apesar de também ser algo existente há pelo menos uma década<sup>2</sup>, seu uso se consolidou e se ampliou

---

<sup>2</sup> Fernando Firmino da Silva relata que o termo “Mojo” (=mobile journalist) começou a ser usado em 2005, na Gannett Newspaper, nos Estados Unidos, “para designar a atividade emergente de alguns repórteres do The News-Press que se utilizavam de notebooks, câmeras e gravadores

nos últimos anos com o aumento da capacidade dos equipamentos (principalmente smartphones e tablets) e das conexões sem fio. Para Fernando Firmino da Silva, trata-se de um “fenômeno nitidamente caracterizado por aspectos de convergência tecnológica, empresarial, profissional e de conteúdos com reflexos na estrutura das redações”. De acordo com o autor,

[...] há um crescente movimento em torno da adoção do jornalismo em mobilidade onde o repórter tem à disposição um ambiente móvel de produção com todo o suporte para a elaboração da notícia diretamente do local onde está acontecendo o fato, sem a necessidade de deslocamento até a redação física para a redação final do texto e o cumprimento do deadline. (SILVA, 2008a, p. 2-3).

Dada esta realidade, pode-se dizer que, do ponto de vista dos/as profissionais e dos cursos de Jornalismo, é preciso não só assumir e incorporar o mais rapidamente possível a produção convergente e multiplataforma, mas conseguir igual ou maior eficiência e velocidade também no processo de reverter o potencial de aumento da produtividade e da qualidade técnica (hoje convertido em maiores lucros para as corporações de mídia) em benefício da população como um todo, por meio da indução de um salto de qualidade na função social do jornalismo como um instrumento fundamental para o debate na esfera pública, de forma a se obter um melhor atendimento do interesse público e, assim, avançar numa democratização substantiva da sociedade<sup>3</sup>.

A ênfase na rapidez com que é necessário se colocar na direção do objetivo estratégico acima se deve ao fato de as instituições de ensino brasileiras, principalmente as públicas, se movimentarem demasiado lentamente em relação à velocidade de reação do mercado às mudanças tecnológicas. E isto ocorre não por desconhecimento, pois são instituições também de pesquisa e extensão, mas, entre outros fatores, por falta de

---

digitais além de conexões banda larga para produzir suas matérias em mobilidade e postar diretamente do local e de forma descentralizada”. (SILVA, 2008b).

<sup>3</sup> A proposta, aqui, tem como pressuposto o entendimento da igualdade social como substância da democracia, ou seja, a ideia de democracia como substantivo e não como, na prática, um adjetivo que se acrescenta ao capitalismo. (BORÓN, 1996, apud BECKER, 2010, p. 107).



docentes com formação “convergente” ou multimídia e/ou experiência profissional em redações multimídia e, também, por falta de clareza sobre a relação entre o projeto pedagógico do curso e a realidade social-histórica da sociedade de que faz parte. Tal descompasso já aparece na citação, feita por Pavlik, do relato obtido da professora Kathleen A. Hansen, em 1998 – portanto, quase vinte anos atrás –, sobre a necessidade de uma transformação curricular que integre as práticas e teorias, assim como todas as tecnologias e habilidades:

[...] Muitas faculdades e departamentos têm adicionado um ou dois cursos sobre 'novos meios', ou têm começado iniciativas em separado onde se abordam as questões relacionadas a eles. Nossas discussões com pessoas da indústria nos têm levado a crer que se trata de um erro. Nós nos imaginamos um curso de edição, por exemplo, que incorporará técnicas de edição em papel, vídeo em rede e em muitos outros formatos de distribuição. O formato de distribuição não é a questão, e sim as habilidades técnicas e conceituais para editar conteúdos. Em síntese, dado que os novos meios estão transformando os conteúdos do que ensinamos em alguns sentidos básicos e fundamentais, os professores de jornalismo se veem obrigados a repensar todo o currículo. Ou os incorporamos de forma pouco sistemática, ou buscamos um enfoque integrado que abarque todas as tecnologias e as habilidades e processos de transformação. (PAVLIK, 2005, p. 320, tradução nossa).

O mesmo sinal de alerta aparece como uma das “cinco teses equivocadas sobre o ensino em tempos de convergência”, em que Elias Machado contesta a incorporação da convergência como uma disciplina dentro das grades curriculares, defendendo “a reformulação completa dos cursos, com a elaboração de um projeto político-pedagógico sintonizado com as profundas transformações por que passa a sociedade contemporânea ...”, de forma a se romper com o modelo de ensino “articulado em torno de indivíduos e destinado a meios específicos e isolados, para dar lugar a metodologias de ensino baseadas no aprendizado simultâneo e gradativo das diversas linguagens e na

produção orientada em equipe adaptada a múltiplas plataformas". (MACHADO, 2010, p. 19-20).

Nesta direção, com a adoção da premissa de "que as redações tendem a se tornar integradas e a exigir dos egressos de cursos universitários a capacidade de lidar com as linguagens de texto, som e imagem em semelhantes níveis de habilidade" (TRÄSEL, 2012, p. 237), o curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social da PUC-RS criou, em 2011, o "laboratório de estágio curricular" chamado Editorial J<sup>4</sup>. Marcelo Träsel explica que o laboratório integrado Editorial J tem como base quatro características: a) multimidialidade ("não apenas reunir professores e alunos das diversas áreas numa mesma redação, trabalhando em paralelo, mas criar mecanismos pelos quais as pautas sejam concebidas já prevendo seu desenvolvimento nas linguagens de texto, som e imagem"); b) complexidade ("a problematização dos acontecimentos é parte indissociável da função social do Jornalismo e, por isso, é necessário criar rotinas e modelos de reportagem e edição que possam lidar com a complexidade ..."); c) temporalidade livre dos ciclos de produção das redações tradicionais ("a cobertura de um laboratório de Jornalismo convergente deve seguir, na medida do possível, a meia-vida dos acontecimentos, esforçando-se ao máximo para reproduzi-los como um continuum, não como unidades discretas"); e d) originalidade ("é preciso identificar os temas da agenda pública e direcionar a cobertura para eles, de modo a cumprir com a função social do Jornalismo e incentivar os alunos à reflexão sobre a agenda midiática, sobre o tratamento dado pela imprensa mercantil aos fatos sociais [...]"). (TRÄSEL, 2012, p. 237-240).

No curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), um Projeto Pedagógico inteiramente baseado na convergência de mídias começou a ser implantado em 2015. A discussão de um novo currículo, entendida como necessária já há anos pelos professores, começou a ser realizada logo após a aprovação das Novas Diretrizes Curriculares para os cursos de Jornalismo, em setembro de 2013. Com base em algumas experiências no campo da interseção entre

---

<sup>4</sup> Cf. mais informações em <<http://www.pucrs.br/famecos/editorial>>.

Ensino e Extensão, os debates envolvendo professores e alunos aconteceram nos meses finais de 2013 e todo o primeiro semestre de 2014.

Tendo a Extensão como uma de suas características mais marcantes desde que foi criado, em 1985, o curso de Jornalismo da UEPG implantou, em 2008, o projeto Portal Comunitário: uma articulação de trabalho interdisciplinar, jornal-laboratório online e projeto de extensão. A produção em jornalismo comunitário, feita pelas disciplinas Webjornalismo, Comunicação Comunitária e Telejornalismo II é publicada no veículo [www.portalcomunitario.jor.br](http://www.portalcomunitario.jor.br) pela turma do terceiro ano, que, organizada em equipes de três ou dois estudantes, faz as discussões das pautas, apuração, redação e edição de textos, áudios, fotos e vídeos e sua postagem na área de administração do site. As pautas das notas e notícias, publicadas semanalmente, surgem das próprias entidades e grupos da sociedade civil acompanhados pelos estudantes – cada equipe se insere em pelo menos um bairro de periferia, um sindicato de trabalhadores e uma ONG ou movimento social da cidade de Ponta Grossa (ao todo, têm sido cobertos 13 bairros, 16 sindicatos, 20 ONGs/grupos e oito movimentos sociais).

Já as reportagens multimídia, com texto informativo/interpretativo composto em três blocos linkados internamente, uma foto em cada bloco, um editorial com a mesma pauta e ao menos uma peça em outro código (áudio, vídeo ou slideshow), por exigirem uma produção mais elaborada, constituem tarefa mensal das equipes, e suas pautas são debatidas coletivamente por toda a turma, juntamente com os professores das disciplinas envolvidas. E, como suporte a este conjunto de atividades, cabe à equipe do projeto de extensão, composta por bolsistas e voluntários, o trabalho de manutenção técnica do site, atualização das seções de serviços (vagas de emprego, agenda de atividades e eventos, entre outras) e relações com a comunidade (contatos frequentes com as entidades e grupos, promoção de encontros gerais presenciais uma vez por semestre).

Experiências como esta, que completou sete anos em 2015, juntamente com outras como a Agência de Jornalismo<sup>5</sup> e o projeto Cultura Plural<sup>6</sup>, propiciaram duas bases imprescindíveis para a discussão do novo projeto pedagógico: a clareza e consenso quanto à linha editorial dos veículos laboratoriais do curso e uma segurança mínima quanto à viabilidade do jornalismo convergente e multiplataforma nesta produção experimental. Assim, o “Currículo 7” não se sustenta mais sobre a redação jornalística para impressos, como acontecia no “Currículo 6”: tem “Produção e edição de textos jornalísticos” I, II, III e IV, respectivamente para os quatro anos do curso, disciplinas que trabalham com textos para todas as plataformas, juntamente com “Produção fotográfica”, “Produção e edição de áudios jornalísticos” (I e II) e “Produção e edição de audiovisual jornalístico” (I e II). Cabe a estas disciplinas a produção de “peças” que passam a integrar os produtos com fechamento feito pela disciplina chamada “Núcleo de Redação Integrada” (NRI-I, II e III)<sup>7</sup>.

No primeiro ano, os estudantes não fecham produtos, trabalham apenas com a produção fotográfica, de áudios e de textos curtos. No segundo ano, o NRI-I fecha um jornal impresso, um radiojornal semanal e um site de jornalismo especializado. No terceiro ano, o NRI-II, fecha e publica um telejornal semanal, um site institucional (do departamento) e um portal de notícias local (que passa a abrigar e dar acesso público a todas as produções). E, no quarto ano, o NRI-III, fecha uma revista impressa e uma digital. Com todas as disciplinas práticas funcionando como ambientes de produção e desenvolvendo trabalhos nas diversas linguagens e códigos, os/as estudantes das quatro turmas interagem entre si e com os/as docentes por meio dos NRIs.

---

<sup>5</sup> A Agência de Jornalismo é um Programa de Extensão que funciona como redação multimídia, com bolsistas e voluntários, fazendo a produção em design gráfico, texto, áudio, fotojornalismo e telejornalismo tanto para os eventos do curso como para movimentos sociais e para a TV Comunitária de Ponta Grossa.

<sup>6</sup> O Cultura Plural é um projeto de extensão que publica o site [www.culturaplural.com.br](http://www.culturaplural.com.br) com produção em jornalismo cultural multimídia na região dos Campos Gerais.

<sup>7</sup> Cf. íntegra do novo projeto pedagógico (2015) em: <<http://www.uepg.br/cepe/atosoficiais/2015/005.pdf>>. Para efeito de comparação entre as grades de disciplinas, o Currículo 6 pode ser acessado em <<http://www.uepg.br/Catalogo/setor4/jornalismo.pdf>>.



Em 2015, com a entrada da primeira turma no novo currículo, o curso entrou numa fase de transição em que foi criado o primeiro espaço de Redação Integrada, por meio de uma reunião conjunta de pauta nas segundas-feiras de manhã, com a participação dos professores de disciplinas práticas e a busca de envolvimento de todas as turmas em experiências de pautas coordenadas, integrando-se várias disciplinas numa mesma cobertura pelo menos uma vez por mês. Ao final, a iniciativa foi avaliada como positivas do ponto de vista pedagógico, pois conseguiu demonstrar aos participantes a possibilidade de se trabalhar uma mesma pauta coletivamente em linguagens diferentes, compondo-se produtos multimídia. Mas a produção visando à publicação em mais de uma plataforma executada por um mesmo repórter, com poucas exceções, não se realizou.

Quanto a isto, nenhuma surpresa: não se poderia conseguir que as três turmas com formação monomídia tivessem, de repente, um desempenho multimídia; assim como não se poderia esperar dos/as estudantes do primeiro ano (única turma cursando a nova proposta curricular) uma atuação que implique conhecimentos para além do que já aprenderam. Neste contexto, pode-se dizer que tais experiências de integração foram mais profícuas para alguns professores (nem todos ainda), que não só se depararam, na prática, com uma proposta de trabalho que já está se tornando exigência comum nas redações profissionais, como também passaram a ter a sua zona de conforto – estabelecida por uma sólida e, muitas vezes, longa formação – estremecida por desafios efetivamente novos.

### **Considerações finais (ou questões e desafios)**

A convergência de mídias e a prática do jornalismo convergente e multiplataforma têm colocado questões e inquietações tanto a estudantes quanto aos cursos, requerendo respostas em termos de uma nova cultura e uma nova postura na busca das compreensões teóricas e práticas que possam atender as demandas presentes e futuras da profissão. Juntamente com a maior facilidade e rapidez trazida pela internet – na

pesquisa de dados e busca de fontes, por exemplo –, veio também a big data e a convergência de mídias, entre outras complexificações.

A questão imediata com que se deparam os futuros profissionais diz respeito, então, a como se apresentar ao mercado de trabalho com as habilidades necessárias para produzir jornalismo em qualquer suporte e plataforma e também “não só entrelaçar os dados de um acontecimento ou de um processo, mas também conectá-los em um contexto muito mais amplo de fatos e circunstâncias contextualizados” (PAVLIK, 2005, p. 336-337, tradução nossa).

A primeira parte deste desafio parece fácil de ser vencida pelas gerações nativas da web 2.0, uma vez que pertencem à cultura do ponto, do acesso aleatório, da atenção múltipla, do acompanhamento multitelas ... Só parece! Na prática, trabalhar com as várias plataformas requer a capacidade de distinguir o que é essencial do que é complemento e contexto, assim como saber expor de forma atraente para diferentes públicos tanto a síntese, para o acesso rápido às informações, quanto o conjunto completo, aprofundado, contextualizado, das informações.

Ou seja, além de dominar as linguagens específicas de cada suporte e plataforma, é preciso ter “bagagem teórica”, a aí entra a segunda parte do desafio: só aqueles que “leem sistematicamente têm repertório conceitual e repertório vocabular” suficientes para redigir boas matérias (ARANHA, 2014, p.110). Para isto, considerando que a “cultura do ponto” não favorece a leitura reflexiva, cabe aos cursos de jornalismo “aprofundar conteúdos que se transformem em referências para os estudantes, quase que como experiências vivenciadas pelos alunos em situações relativas a sistemas econômicos, políticos, culturais, educacionais, de saúde ou de segurança públicas, entre outros”. (ARANHA, 2014, p.108).

Quanto aos professores, destacam-se as tarefas de formular e implantar projetos pedagógicos dentro de dois novos paradigmas: o da convergência de mídias e também o da didática, isto é, da superação do ensino como “transmissão” vertical de conhecimento e construção de um ensino-aprendizagem conjunto entre professores e estudantes que resulte no desenvolvimento do aprender a aprender de forma autônoma e

permanente por parte de todos. A este desafio, pode-se juntar, em concordância com Teixeira (2011, p. 28), a necessidade de (i) vencer o “modelo tradicional de 'cadeiras', disciplinas como alguns créditos que ao final levam à integralização curricular, para se pensar no ensino baseado em projetos, em conhecimento aplicado, em crítica que constrói e forma” e de (ii) construir e trabalhar com equipes multidisciplinares “que integrem estudantes, técnicos e professores/ pesquisadores com conhecimentos de programação, design e, claro, jornalismo”, dentro das atuais estruturas de universidade.

## Referências

- ARANHA, Angelo Sottovia. Cenário de convergência desafia a formação de jornalistas. In: BRONOSKY, Marcelo Engel e CARVALHO, Juliano Maurício de. **Jornalismo e convergência**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014, p. 89-113.
- BECKER, Maria Lúcia. Sociedade civil, esfera pública e mídia. In: LUIZ, Danuta E. Cantoia (Org.). São Paulo: Veras Editora, 2010, p. 87-108.
- CAPPARELLI, Sérgio e SANTOS, Suzy dos. Caminhos cruzados: a televisão entre a web e as teles. In: TAPIA, Jorge Ruben Biton e RALLET, Alain (Orgs.). **Telecomunicações, desregulamentação e convergência tecnológica: uma análise comparada**. Campinas-SP: UNICAMP.IE, 1999, p. 133-152.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- CASTELLS, Manuel. **Comunicación y Poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CETIC - Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação. **TIC Domicílios e Usuários 2014**. Disponível em: <<http://cetic.br/tics/usuarios/2014/total-brasil/C2/>>. Acesso em: 28 set. 2015.
- CETIC - Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação. 28/07/2015. CGI.br divulga pesquisa mostrando que 82% do público jovem faz uso da Internet pelo telefone celular. **TIC Kids Online Brasil**. Disponível em: <<http://www.nic.br/noticia/releases/cgi-br->

divulga-pesquisa-mostrando-que-82-do-publico-jovem-faz-uso-da-internet-pelo-telefone-celular/>. Acesso em: 29 jul. 2015.

DEUZE, Mark. "What is multimedia journalism?". **Journalism Studies**, Volume 5, number 2, 2004, p. 139-152. Disponível em: <<http://convergence.journalism.indiana.edu/media/documents/convergence/DeuzeMultimediaJS.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2005.

GOMES, Helton Simões. Conexão à internet via smartphone dobra no Brasil em 2015, diz Google. **G1 – Tecnologia e Games**, 25/08/2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/08/conexao-internet-smartphone-dobra-no-brasil-em-2015-diz-google.html>>. Acesso em: 28 set. 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2ª. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Convergência nas redações: mapeando os impactos do novo cenário sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, Carla (Org.). **Jornalismo online: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009, p. 57-74.

MACHADO, Elias (2003). **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt) Acesso em: 23 Jan. 2009.

MACHADO, Elias. Cinco teses equivocadas sobre o ensino em tempos de convergência. In: MACHADO, Elias e TEIXEIRA, Tattiana (Org.). **Ensino de jornalismo em tempos de convergência**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010, p. 13-29.

MORAIS, Márcio de. Repórter multimídia. **Jornal ANJ**. Número 209, outubro/2007, p. 16.

NIELSEN, 12/01/2011. **O boom dos smartphones**. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/insights/news/2011/o-boom-dos-smartphones.html>>. Acesso em: 13 out. 2015.

NIELSEN, 05/12/2012. **Celulares ganham importância no Brasil**. Disponível em:

<<http://www.nielsen.com/br/pt/insights/news/2012/celulares-ganham-importancia-no-brasil.html>>. Acesso em: 13 out. 2015.

PAVLIK, John V. **El periodismo y los nuevos medios de comunicación**. Barcelona-ES: Paidós, 2005.

SALAVERRÍA, Ramón. Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, 2001, nº 7, p. 383-395. Disponível em:

<<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110383A/12866>>. Acesso em: 15 jul. 2015.



SCHWINGEL, Carla. Jornalismo convergente através de plataformas de altíssima resolução: o projeto 2014K. In: LONGHI, Raquel e D'ANDRÉA, Carlos. (Org.). **Jornalismo convergente**: reflexões, apropriações, experiências. Florianópolis: Insular, 2012, p. 255-267.

SILVA, Fernando Firmino da (2008a). Jornalismo reconfigurado: tecnologias móveis e conexões sem fio na reportagem de campo. **Anais do VIII Nupecom - XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Natal, RN: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0652-1.pdf>>. Acesso em: 14 jul. 2015.

SILVA, Fernando Firmino da (2008b). Jornalismo e tecnologias da mobilidade: conceitos e configurações. **Anais do II Simpósio Nacional de Pesquisadores em Cibercultura**. São Paulo, PUC-SP, 2008. Disponível em: <<http://www.cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Fernando%20Firmino%20da%20Silva.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2015.

TEIXEIRA, Tattiana. Projetos pedagógicos em tempos de mudança no Jornalismo: desafios e alternativas. In: MACHADO, Elias (Org.). **O ensino de jornalismo na era da convergência**: conceitos, metodologias e estudos de caso no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2011, p. 17-31.

TRÄSEL, Marcelo. Estágio curricular em Jornalismo e convergência de mídias: o caso do Editorial J. In: LONGHI, Raquel e D'ANDRÉA, Carlos. (Org.). **Jornalismo convergente**: reflexões, apropriações, experiências. Florianópolis: Insular, 2012, p. 237-253.

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico e as perspectivas do tempo real**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.