



**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
“JORNALISTA ROBERTO MARINHO” DE PRESIDENTE  
PRUDENTE**

**JAQUELINE ORNELAS PIVA  
JOÃO VICTOR MARTINS LIMA  
MARIANE APARECIDA PRACÂNICA  
MELYSSA SANTOS DA SILVA  
WELLINGTON JOSÉ CAMUCI**

**“COLABORA!”: O CIDADÃO COMO PRODUTOR DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA**

Presidente Prudente - SP  
2019



**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
“JORNALISTA ROBERTO MARINHO” DE PRESIDENTE  
PRUDENTE**

**JAQUELINE ORNELAS PIVA  
JOÃO VICTOR MARTINS LIMA  
MARIANE APARECIDA PRACÂNICA  
MELYSSA SANTOS DA SILVA  
WELLINGTON JOSÉ CAMUCI**

**“COLABORA!”: O CIDADÃO COMO PRODUTOR DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA**

Trabalho de Conclusão de curso,  
apresentado à Faculdade de Comunicação  
Social, Curso de Jornalismo, Universidade  
do Oeste Paulista, como parte dos requisitos  
para a sua conclusão.

Orientadora:  
Profa. Me. Carolina Zoccolaro Costa  
Mancuzo

**JAQUELINE ORNELAS PIVA  
JOÃO VICTOR MARTINS LIMA  
MARIANE APARECIDA PRACÂNICA  
MELYSSA SANTOS DA SILVA  
WELLINGTON JOSÉ CAMUCI**

**“COLABORA!”: O CIDADÃO COMO PRODUTOR DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado à Faculdade de Comunicação Social, Curso de Jornalismo, Universidade do Oeste Paulista, como parte dos requisitos para a sua conclusão.

Presidente Prudente, 10 de dezembro de 2019.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Me. Orientadora Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo  
Universidade do Oeste Paulista – Unoeste  
Presidente Prudente-SP

---

Profa. Dra. Fabiana Aline Alves  
Universidade do Oeste Paulista – Unoeste  
Presidente Prudente-SP

---

Profa. Dra. Thaisa Sallum Bacco  
Universidade do Oeste Paulista – Unoeste  
Presidente Prudente-SP

## DEDICATÓRIA

Aos nossos familiares por todo amor, paciência e dedicação a nós no decorrer da  
realização desta obra.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos primeiramente a Deus por nos conceder a graça da realização deste sonho que ele mesmo gerou em nossos corações.

A nossa orientadora, Profa. Me. Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo, por dividir todo seu conhecimento e amor pelo jornalismo online.

Ao jornalista, Bruno Rodrigues, por ter esclarecido nossas dúvidas sobre esse universo tão apaixonante que é o webjornalismo.

Aos jornalistas Juan Manuel Guadelis Crisafulli e Anna Karina Bernardoni, por não terem medidos esforços em nos receber na redação e conceder entrevistas.

Ao João Felipe Pegos Picolo, pelos serviços prestados no desenvolvimento do design do aplicativo.

Aos professores Emerson Silas Dória e André Augusto Menegassi da Faculdade de Informática de Presidente Prudente (Fipp), pela parceria e aos alunos e estagiários Luiz Diego Ferreira Carvalho e Carlos Antonio Menezes Arias pelo empenho e tornar possível a realização deste sonho.

Aos nossos colaboradores que abraçaram a causa e se mostraram interessados neste novo produto jornalístico, sem vocês, nada disso seria possível.

E, por fim, a todos os professores que contribuíram com a nossa formação nos mostrando que a verdadeira essência do jornalismo está em sua humanidade.

*“A natureza do jornalismo está no medo. O medo do desconhecido, que leva o homem a querer exatamente o contrário, ou seja, conhecer.”*

*(Felipe Penna)*

## RESUMO

### **“COLABORA!”: O CIDADÃO COMO PRODUTOR DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA**

O presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem como objetivo estudar o desenvolvimento de um aplicativo de notícias com o intuito de implantar o jornalismo colaborativo, também conhecido como jornalismo de fonte aberta, para a Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp). Para estudo, será utilizado o aplicativo Instagram que, semelhante ao aplicativo que será lançado, visa a receber conteúdo multimídia diretamente dos alunos, ex-alunos, professores e funcionários, por meio do uso do celular, tornando possíveis a interação e a contribuição dos mesmos para a construção da notícia. A base teórica utilizada para a realização da pesquisa é o Webjornalismo. A metodologia aplicada a este trabalho é a pesquisa qualitativa, do tipo exploratória. O método utilizado para a produção é estudo de caso, usando como técnicas de coleta de dados: análise documental, observação, pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo e entrevistas em profundidade do tipo semiaberta.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Webjornalismo. Aplicativo de Notícias. Jornalismo Colaborativo. Facopp.

## **ABSTRACT**

### **“COLABORA!”: THE CITIZEN AS A MULTIMEDIA CONTENT PRODUCER**

The present Term Paper (TCC) has as its objective to study the development of a news application in order to deploy collaborative journalism, also known as open source journalism, for the Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” of Presidente Prudente (Facopp). For study, the Instagram application will be used, which, similar to the application that will be launched, aims to receive multimedia content directly from students, ex students, teachers and staff, through the use of mobile, making possible their interaction and contribution to the construction of the news. The theoretical basis used for conducting the research is Webjournalism. The methodology applied to this work is qualitative and exploratory research. The method used for the production is case study, using as data collection techniques: document analysis, observation, bibliographic research, field research and in-depth semi-open interviews.

**Keywords:** Journalism. Webjournalism. News Application. Collaborative Journalism. Facopp.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Tela inicial dos aplicativos UOL, G1, BBC News e The New York Times.....	51
Figura 2 -	Tela de menu aplicativos UOL, G1, BBC News e The New York Times.....	52
Figura 3 -	Notificações <i>push</i> .....	53
Figura 4 -	Página inicial e campo Edição colaborativa do site Overmundo....	57
Figura 5 -	Cadastro de colaboradores VC no G1.....	59
Figura 6 -	Campo de colaboração VC no G1.....	60
Figura 7 -	Espaço de colaboração VC Repórter, do Terra.....	61
Figura 8 -	Campo Seja Voluntário do site Centro de Mídia Independente.....	62
Figura 9 -	Definindo categoria e localização no site Overmundo.....	63
Figura 10 -	Aplicativo de notícias UOL e forma de colaboração.....	64
Figura 11 -	Espaço painel do leitor Folha de S. Paulo.....	65
Figura 12	Formas de colaboração Folha de S. Paulo.....	66
Figura 13	Espaço de colaboração aplicativo Na Rua.....	67
Figura 14	Página da TV Facopp Online no YouTube.....	75
Figura 15	Perfil “Colabora!” no Instagram.....	83
Figura 16	WhatsApp Business “Colabora!”.....	83
Figura 17	Logo “Colabora!”.....	88
Figura 18	Abreviação da Logo “Colabora!”.....	89
Figura 19	Selo “Colabora!”.....	89
Figura 20	Tela Inicial.....	90
Figura 21	Tela de Cadastro.....	91
Figura 22	Tela de Login.....	91
Figura 23	Tela Home com Destaques.....	92
Figura 24	Tela de Menu.....	93
Figura 25	Tela de Perfil.....	94
Figura 26	Tela Sobre o “Colabora!”.....	95
Figura 27	Tela Como Colaborar.....	96
Figura 28	Barra de Busca.....	97
Figura 29	<i>Stories</i> .....	98
Figura 30	Alerta para <i>story</i> .....	98

Figura 31	Telas para denunciar <i>story</i> .....	99
Figura 32	Telas de colaboração – Imagem.....	100
Figura 33	Telas de colaboração – Texto.....	101
Figura 34	Menu do Administrador.....	103
Figura 35	Tela Gerenciar Usuários.....	104
Figura 36	Administração de Usuários.....	105
Figura 37	Colaborações Pendentes.....	106
Figura 38	Gerenciamento de Colaborações.....	107
Figura 39	Post 11 de Setembro.....	115
Figura 40	Primeira matéria no Portal Facopp.....	116
Figura 41	Terceira matéria no Portal Facopp.....	117
Figura 42	<i>Story</i> publicado no Instagram.....	118
Figura 43	Post campanha Setembro Amarelo.....	120
Figura 44	Mensagens WhatsApp e Instagram.....	125
Figura 45	Informações faixa etária e gênero.....	127
Figura 46	Informações de horário.....	128
Figura 47	Informações de localidades.....	129
Figura 48	Informações de atividades no perfil.....	130
Figura 49	Informações de alcance.....	131
Figura 50	Informações de engajamento.....	132
Figura 51	Colaboração no aplicativo.....	133

## LISTA DE SIGLAS

ABTU	- Associação Brasileira de Televisão Universitária
ADI Brasil	- Associação de Diários no Interior
ANJ	- Associação Nacional de Jornais
APAE	- Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais
APP	- Application (Aplicativo)
ARPA	- Advanced Research and Projects Agency
ARPANET	- Advanced Research Projects Agency Network (Rede da Agência para Projetos de Pesquisa Avançada)
ASSIM	- Assessoria de Imprensa da Facopp
BBC News	- British Broadcasting Corporation (Corporação Britânica de Radiodifusão)
BOL	- Brasil Online
CETIC.BR	- Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação
CMI	- Centro de Mídia Independente
CNN	- Cable News Network (Rede de Notícias a Cabo)
ECO-92	- Conferências das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento
EUA	- Estados Unidos da América
FACOPP	- Faculdade de Comunicação “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente
FEAPP	- Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente
FIPP	- Faculdade de Informática de Presidente Prudente
G1	- Portal de Notícias da Globo
GPS	- Global Positioning System (Sistema de Posicionamento Global)
NIC.BR	- Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR
NUCOM	- Núcleo de Comunicação da Facopp
OMC	- Organização Mundial do Comércio
PDF	- Portable Document Format (Formato Portátil de Documento)
RAE	- Real Academia Espanhola

TCC	- Trabalho de Conclusão de Curso
UNOESTE	- Universidade do Oeste Paulista
UOL	- Universo Online
VC no G1	- Você na Globo
VC Repórter	- Canal de jornalismo cidadão no Terra
WRF	- Web Rádio Facopp
WWW	- World Wide Web
ZIP	- Portal que pertence ao UOL

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>14</b>
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1</b>	<b>Problema.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2</b>	<b>Justificativa.....</b>	<b>18</b>
<b>2.3</b>	<b>Objetivos.....</b>	<b>20</b>
2.3.1	Objetivo geral.....	20
2.3.2	Objetivos específicos.....	20
<b>2.4</b>	<b>Metodologia.....</b>	<b>20</b>
<b>3</b>	<b>WEBJORNALISMO.....</b>	<b>25</b>
<b>3.1</b>	<b>Como surgiu o Jornalismo Online.....</b>	<b>26</b>
<b>3.2</b>	<b>Fases do Webjornalismo.....</b>	<b>28</b>
<b>3.3</b>	<b>Características do Webjornalismo.....</b>	<b>30</b>
3.3.1	Hipertextualidade.....	30
3.3.2	Multimedialidade.....	32
3.3.3	Interatividade.....	38
3.3.4	Memória.....	39
3.3.5	Instantaneidade.....	39
3.3.6	Personalização.....	40
3.3.7	Ubiquidade.....	42
<b>3.4</b>	<b>Jornalismo Móvel.....</b>	<b>45</b>
<b>3.5</b>	<b>Aplicativo de Notícias.....</b>	<b>49</b>
<b>4</b>	<b>JORNALISMO COLABORATIVO.....</b>	<b>55</b>
<b>4.1</b>	<b>Cultura Participativa.....</b>	<b>56</b>
<b>4.2</b>	<b>O Jornalismo Colaborativo no Ciberespaço.....</b>	<b>58</b>
<b>4.3</b>	<b>Colaborador e Jornalista.....</b>	<b>68</b>
<b>5</b>	<b>A FACOPP.....</b>	<b>71</b>
<b>5.1</b>	<b>Portal Facopp.....</b>	<b>72</b>
<b>5.2</b>	<b>TV Facopp Online.....</b>	<b>74</b>
<b>5.3</b>	<b>Assessoria de Imprensa da Facopp (Assim).....</b>	<b>76</b>
<b>5.4</b>	<b>Agência Facopp.....</b>	<b>77</b>
<b>5.5</b>	<b>Rádio Facopp.....</b>	<b>78</b>
<b>5.6</b>	<b>Laboratório de Fotografia.....</b>	<b>79</b>

<b>5.7</b>	<b>Terceiro Setor Facopp.....</b>	<b>80</b>
<b>6</b>	<b>Projeto Editorial.....</b>	<b>82</b>
<b>6.1</b>	<b>Introdução.....</b>	<b>82</b>
<b>6.2</b>	<b>Objetivos.....</b>	<b>84</b>
6.2.1	Objetivo geral.....	84
6.2.2	Objetivos específicos.....	84
<b>6.3</b>	<b>Justificativa.....</b>	<b>84</b>
<b>6.4</b>	<b>Público-Alvo.....</b>	<b>85</b>
<b>6.5</b>	<b>Linha Editorial.....</b>	<b>86</b>
<b>6.6</b>	<b>Projeto Gráfico.....</b>	<b>87</b>
<b>6.7</b>	<b>Estrutura.....</b>	<b>89</b>
<b>6.8</b>	<b>Recursos Técnicos.....</b>	<b>107</b>
<b>6.9</b>	<b>Recursos Financeiros.....</b>	<b>108</b>
<b>6.10</b>	<b>Recursos Humanos.....</b>	<b>108</b>
<b>6.11</b>	<b>Funções.....</b>	<b>108</b>
<b>7</b>	<b>MEMORIAL DESCRITIVO.....</b>	<b>110</b>
<b>7.1</b>	<b>A Ideia.....</b>	<b>110</b>
<b>7.2</b>	<b>Visita à Globo e Folha de São Paulo.....</b>	<b>111</b>
<b>7.3</b>	<b>Design e Programação.....</b>	<b>112</b>
<b>7.4</b>	<b>Implantando a Cultura Colaborativa na Faculdade.....</b>	<b>113</b>
7.4.1	Experiências pessoais.....	125
<b>7.5</b>	<b>Engajamento.....</b>	<b>126</b>
<b>7.6</b>	<b>Testes do Aplicativo.....</b>	<b>132</b>
<b>8</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>135</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>138</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>148</b>
	<b>Anexo A – Entrevistas.....</b>	<b>149</b>
	<b>Anexo B – Questionário.....</b>	<b>170</b>
	<b>APÊNDICES.....</b>	<b>175</b>
	<b>Apêndice A – Matéria.....</b>	<b>176</b>
	<b>Apêndice B – Termos de Serviço.....</b>	<b>215</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Desde a criação da prensa de Gutenberg o jornalismo tem evoluído. Com o advento da internet, surgiu novas formas de se fazer jornalismo, criou-se então o Webjornalismo. Esse novo modelo de jornalismo passa a disponibilizar os conteúdos online inicialmente com a simples reprodução das páginas impressas para a plataforma digital. Hoje, com a produção de conteúdos próprios para os meios digitais unindo textos, imagens, sons e vídeos.

Nesse novo cenário, no qual as mídias convergem, e aliado à rotina das pessoas, os smartphones e tablets passaram a ser a forma mais frequente na busca de informações. Segundo dados do Relatório de Notícias Digital 2018, o uso de smartphones para notícias subiu de 23% em 2013 para 72% em 2018. Com a convergência digital, as notícias se proliferam pelas redes sociais e 48% dos usuários utilizam aplicativos como fonte de notícias. (OXFORD, 2018)

Os smartphones também se transformaram em um meio para produção de notícias. Os aparelhos são utilizados por jornalistas para registrar os acontecimentos em fotos, vídeos, áudios e na produção de pequenos textos, alimentando a redação do veículo de notícias ao mesmo tempo em que os fatos ocorrem. Além dos profissionais, o cidadão também faz esses registros e envia a diversos portais de notícias ou dissemina nas redes sociais podendo servir como base para a produção de conteúdo.

O smartphone passou a ser um canal de notícias, não só na divulgação, mas também na produção, porque com a demanda o jornalista precisa se desdobrar para conseguir apurar e checar as informações para transmitir um melhor conteúdo quase que em tempo real em diversos portais. Assim, um modelo que encaixa neste contexto é o jornalismo colaborativo, no qual aquele que antes somente receptor da notícia passa a participar da coleta de informações, do processamento e publicação das matérias. Segundo Ramalho (2010, p. 08), “quem antes era parte de uma minoria que gerava notícias para uma grande audiência passou a ser parte também da audiência de notícias criadas pela grande maioria, da sua antiga audiência”.

Mediante a esta abordagem estabeleceu-se a proposta da criação de um aplicativo de notícias colaborativas cujo o protótipo será aplicado na Facopp, o “Colabora!”. Tendo em vista que as contribuições feitas pelos alunos, ex-alunos,

professores e funcionários, poderão servir como sugestões de pauta para o Portal Facopp, uma vez que os principais assuntos abordados por este laboratório são acontecimentos que envolvem a faculdade.

Para a compreensão da base metodológica, o capítulo 2 apresenta o problema, a justificativa, o objetivo geral e os objetivos específicos. Neste capítulo é discutida a questão dos smartphones como principal instrumento de consumo de notícia por meio do avanço da internet com redes sociais e aplicativos que facilitam a usabilidade. Também é trabalhado o comportamento do usuário mediante ao avanço dessas tecnologias. A metodologia utilizada nesta pesquisa, a pesquisa qualitativa do tipo exploratória, o método é estudo de caso e os instrumentos de coletas de dados utilizados para a realização da pesquisa científica são abordados neste capítulo.

Para contextualizar o trabalho, o capítulo 3 traz uma breve introdução sobre a história do jornalismo, apresentando a teoria e as fases pelo qual o jornalismo passou e se encontra atualmente. Em seguida é apresentado um resumo do surgimento do jornalismo online, que se deu por meio do advento da internet, falando sobre as todas as fases que esse seguimento passou e qual se encontra atualmente. Nessa parte conceitua-se também o Webjornalismo apresentando as características e especificando quais delas serão utilizadas no desenvolvimento do aplicativo. Para finalizar este capítulo é abordado o conceito de jornalismo móvel.

Ainda no capítulo 3, é apresentado os conceitos de WhatsApp e Instagram que são muito utilizados por jornalistas e veículos de notícias e que serão utilizados durante o desenvolvimento do trabalho, criando a cultura participativa na faculdade antes do lançamento do aplicativo associado à discussão sobre aplicativos de notícia, no qual foi feita análise documental da proposta de cada um, linha editorial, entre outros aspectos.

O capítulo 4 fala sobre Jornalismo Colaborativo, apresentando a ideia de que a colaboração do leitor sempre foi uma ferramenta imprescindível para a produção de notícia e enfatizando que, com o advento da internet e em seguida uma nova forma de se fazer jornalismo pela web, isso se intensificou. Esta parte apresenta os conceitos de diversos autores sobre o tema e analisa as formas de colaboração de alguns sites e aplicativos de notícias.

Como o protótipo do aplicativo será aplicado na Facopp, o capítulo 5 apresenta a faculdade e os principais laboratórios que trabalham com a divulgação



de conteúdos da mesma, em especial o Portal Facopp, ao qual o aplicativo será vinculado para quem quiser obter informações mais aprofundadas sobre os conteúdos postados no “app”.

O capítulo 6 começa com o “Colabora!”, propriamente dito, escolha da logomarca, cores, o uso das redes sociais citadas acima, etc. Em seguida, apresenta o projeto editorial, bem como os objetivos, a justificativa, o público-alvo, a linha editorial, a estrutura, os recursos técnicos, financeiros e humanos juntamente com as funções desenvolvidas pelos integrantes do grupo.

O relato de toda a trajetória do “Colabora!”, ideia, discussões, reuniões, decisões e frustrações, é trazido no memorial descritivo, capítulo 7. Nele ainda estão descritos a análise do trabalho, os dados sobre a utilização do Instagram, das colaborações recebidas e matérias produzidas.

Por último, o capítulo 8 traz as considerações finais do trabalho com os resultados obtidos por meio do estudo para a criação do primeiro aplicativo de notícias que será utilizado pela Facopp.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

### 2.1 Problema

Diante dos novos métodos de consumo de informação, um dos principais meios que se destacam, presente no cotidiano da sociedade e que tem crescido significativamente, é o smartphone, que também é um dos responsáveis pelo aumento de consumo da internet.

Uma pesquisa divulgada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), realizada em 2017, revelou que o uso dos dispositivos móveis já ultrapassa dos computadores. Indicadores apontam que 93% dos domicílios possuem celulares, enquanto 52% possuem computadores. (NIC.br, 2017)

Como resultado do aumento de usuários na rede, ocorreram mudanças no processo da comunicação. Trata-se de uma migração de costumes da cultura dos meios de comunicação de massa. Segundo Nishiyama e Silva (2016, p.2):

O processo que se vivencia hoje na comunicação trata-se de uma mudança também na cultura da audiência, alterando a priori, a natureza proposta pelos meios de comunicação de massa, induzindo para novas formas de produção, distribuição e consumo da informação.

Decorrente desses novos hábitos, os aplicativos se tornaram comuns pela sua facilidade de acesso às notícias. As redes sociais também permitiram ainda mais ao usuário que tivesse vez e voz, mediante a interação permitida pelas tecnologias. Esse comportamento, inclusive, deu maior projeção às vozes, incentivando a participação do usuário na produção jornalística. Além disso, os celulares hoje possuem capacidade para que as pessoas façam registros de qualidade, permitindo que produzam conteúdo multimídia.

Nessa nova era, uma vez imersos no mundo virtual e móvel, os usuários permanecem conectados com a notícia por meio dos aplicativos, usufruindo das vantagens que eles oferecem.

A Faculdade de Comunicação Social da Unoeste (Facopp) possui meios pelos quais mantém alunos e comunidade informados, são eles: TV Facopp, Portal Facopp, Rádio Facopp, além do WhatsApp usado com grupos específicos que

permitem a comunicação rápida entre coordenação e representantes de classe, o “Canal do Aluno”. Diante das novas tendências no consumo de informação, os pesquisadores consideram viável a criação de um novo canal, usado como objeto deste trabalho, no caso o aplicativo, baseados em duas premissas: o uso massivo dos aplicativos no dia a dia para realização de diversas tarefas e a participação ativa do usuário na produção de conteúdo.

A necessidade de um meio de comunicação mais ágil, colaborativo e possibilitando novos formatos de notícia fizeram com que os estudantes desta pesquisa sugerissem uma nova plataforma para a Facopp. O objetivo agora é promover e abrir espaço para colaborações da comunidade acadêmica, fazendo com que todos, de fato, se sintam partes da produção de conteúdo da faculdade.

Mesmo os meios de comunicação já existentes na faculdade agregando valor dentro de seus espaços, a maneira de se produzir conteúdo continua sendo apenas em uma direção, ou seja, existe a equipe de cada laboratório para produzir conteúdo e aqueles que consomem. Mesmo estando na internet, não há nada que incentive a participação ou mesmo a produção de conteúdo nos canais existentes. Embora seja possível enviar e-mail, fazer comentários, ou mesmo parar integrantes da equipe nos corredores para sugerir pautas, não há a garantia que esse conteúdo será publicado e nem mesmo produzido por quem fez a sugestão. Dessa forma, não existe uma plataforma que possa unir diversos formatos de linguagem e ainda ser o canal entre veículo e a comunidade. O aplicativo a ser desenvolvido e implantado dentro da faculdade poderá unir formatos e abrir um canal que seja instrumento de promoção e possibilidade das colaborações, inclusive com a possibilidade de contribuir para aqueles que não podem fazer estágio durante a faculdade, começar a produzir seus portfólios na área, além dos trabalhos de sala de aula.

A problemática do trabalho a ser solucionada se baseia na seguinte questão: De que maneira é possível criar e implantar um novo canal de comunicação que promova a colaboração de alunos da Facopp na produção de conteúdo?

## **2.2 Justificativa**

Desenvolver um aplicativo de notícia, com foco no jornalismo colaborativo, possibilita que qualquer pessoa possa participar do processo de produção de

notícias que nele serão divulgadas, visto que mobilidade e imediatismo são características do webjornalismo.

Os dispositivos móveis tornaram-se meios de produção jornalística. As formas de produzir conteúdo, sua linguagem, formato, recepção e consumo mudaram junto com a convergência digital. Para Canavilhas (2012, p.9):

O sucesso dos smartphones está ligado a algumas das características que partilha com os telemóveis – como a portabilidade, a ubiquidade ou a utilização pessoal – mas está igualmente relacionado com as capacidades próprias destes modelos, como a multimedialidade, a hipertextualidade e a interatividade facilitada por altos níveis de usabilidade.

Portanto, a pesquisa se justifica no âmbito social pela criação de um aplicativo de notícias e pelo uso desta tecnologia a serviço da sociedade por meio da prática jornalística responsável e ética. A produção de conteúdo é voltada para o meio acadêmico, contudo, por ser totalmente online e disponibilizado por meio do aplicativo, qualquer pessoa, seja da comunidade acadêmica ou da sociedade em geral, poderá ter acesso ao conteúdo.

A relevância acadêmica desse trabalho se dá a partir do contato dos pesquisadores com as técnicas jornalísticas, permitindo um aprofundamento bibliográfico e produzindo novos conhecimentos por se tratar de um assunto em constante mudança. A pesquisa também pode auxiliar futuros pesquisadores em seus estudos. A criação de um aplicativo de notícias, o desenvolvimento do jornalismo colaborativo, sua aplicação no Portal Facopp e seu resultado podem ser objeto de outros estudos, bem como este modelo de jornalismo poderá ser agregado ao ensino do curso.

Quanto às contribuições pessoais é fundamental destacar as experiências que serão vivenciadas pelo grupo durante a pesquisa. Os estudos realizados para criação do aplicativo e implantação do jornalismo colaborativo acrescentam e contribuem para o crescimento profissional e pessoal dos pesquisadores. Além disso, criar um aplicativo noticioso e colaborativo é um fato inédito na Facopp, o que traz desafio para o grupo por não existir referência para o trabalho em questão.

## 2.3 Objetivos

### 2.3.1 Objetivo geral

Estudar a natureza da notícia colaborativa em aplicativos jornalísticos.

### 2.3.2 Objetivos específicos

- Analisar a produção jornalística em aplicativos por meio do jornalismo colaborativo;
- Colocar em prática os conceitos de produção webjornalística;
- Utilizar ferramentas do Webjornalismo que possibilitem aos acadêmicos o planejamento e implantação de um aplicativo de notícias de caráter interativo;
- Criar uma cultura colaborativa através das redes sociais Instagram e WhatsApp business;
- Apurar, checar e produzir notícias e produtos audiovisuais por meio da contribuição do cidadão;
- Planejar, a partir de um projeto editorial, um aplicativo de notícias colaborativas.

## 2.4 Metodologia

Metodologia é o conjunto de técnicas e processos empregados para a pesquisa e a formulação de uma produção científica. Lakatos e Marconi (2003, p. 83) conceituam como um

[...] conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros -, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.

Nesse trabalho, o tipo de pesquisa adotada para a criação do aplicativo com implantação do jornalismo colaborativo é a qualitativa do tipo exploratória, utilizando o método de estudo de caso. Para melhor compreender o conceito de pesquisa qualitativa, foi utilizado a definição de Gerhardt e Silveira (2009, p.31):

A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. Os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria.

A pesquisa qualitativa leva os pesquisadores a atuarem de forma criativa e com flexibilidade na coleta e análise dos materiais por não conter dados padronizáveis como em uma pesquisa quantitativa. Goldenberg (2004, p.53) explica que “não existindo regras precisas e passos a serem seguidos, o bom resultado da pesquisa depende da sensibilidade, intuição e experiência do pesquisador”.

No desenvolvimento do trabalho, a pesquisa qualitativa foi aplicada para a melhor compreensão do processo das produções de notícia colaborativa de outros meios através de análises de materiais já produzidos e do processo executado na prática, desde a colaboração, até a publicação da notícia.

Do ponto de vista dos objetivos, a pesquisa é exploratória. Segundo Gil (2008), a técnica tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Segundo o autor, o tipo de pesquisa apresenta menor rigidez no planejamento e tem como objetivo proporcionar visão geral de determinado fato.

Para Malhotra (2001), esse modelo tem como objetivo a descoberta de ideias e percepções, possui um processo de pesquisa flexível e é visto como um processo de pesquisa informal, embora as habilidades do pesquisador não sejam as únicas determinantes de uma pesquisa exploratória de qualidade.

O presente trabalho usou a pesquisa exploratória para poder entender e se familiarizar com a produção de notícias para aplicativos envolvendo a multimídia e com o fator da produção colaborativa das pautas. A prática do jornalismo colaborativo, por ser uma área nova em relação aos conhecimentos já adquiridos, requereu que existisse uma familiarização com o objeto de estudo, assim a pesquisa exploratória se fez presente.

A metodologia utilizada foi o estudo de caso por ser caracterizado por estudar determinado assunto profundamente e por ser uma pesquisa abrangente. Para entender melhor como funciona o desenvolvimento dos aplicativos de notícias, foi preciso estudar e compreender as variáveis e os fenômenos que acontecem em

relação aos aplicativos e o jornalismo colaborativo. Assim, os pesquisadores buscaram exemplos de aplicativos já existentes, com o objetivo de coletar informações de todo o processo que envolve o mesmo.

Segundo Gil (2008, p.58), o estudo de caso vem sendo utilizado com cada vez maior pelos pesquisadores sociais, visto servir a pesquisas com diferentes objetivos para alcançar novos resultados, sendo eles:

- a) explorar situações da vida real cujos limites não estão claramente definidos;
- b) descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação; e
- c) explicar as variáveis causais de determinado fenômeno em situações muito complexas que não possibilitam a utilização de levantamentos experimentos.”

De acordo com Gil (2008), o método em questão fará com que os pesquisadores tenham contato com o fenômeno e entendam seu funcionamento relacionados a fatores reais e limitados presentes no cotidiano do jornalismo colaborativo e da cadeia de produção noticiosa.

Como técnica de coleta de dados, foi realizada a pesquisa bibliográfica, que é a primeira etapa de qualquer trabalho científico. A técnica consiste em reunir fontes como livros, artigos, periódicos e textos confiáveis disponíveis na Internet, com o intuito de analisar, produzir ou explicar o objeto investigado.

Segundo Gil (2008, p.50), “a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”. Dessa forma, a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras. (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Outra técnica utilizada no trabalho é a observação, cujo objetivo consiste na observação dos fatos e fenômenos para a construção de um ponto de vista ou para a obtenção de determinados aspectos da realidade de estudo, coletando diretamente dados e informações, para, posteriormente, analisá-los e interpretá-los. A observação se fez presente na construção de uma visão mais consistente em relação a meios de produção que lidam com jornalismo colaborativo por meio de aplicativos.

A técnica não consiste apenas em ver e ouvir, mas sim examinar fatos ou fenômenos. Para Lakatos e Marconi (2003, p.191), a observação se classifica como:

A observação ajuda o pesquisador a identificar e a obter provas a respeito de objetivos sobre os quais os indivíduos não têm consciência, mas que orientam seu comportamento. Desempenha papel importante nos processos observacionais, no contexto da descoberta, e obriga o investigador a um contato mais direto com a realidade. É o ponto de partida da investigação social.

A pesquisa documental também foi uma técnica aplicada no desenvolvimento do trabalho por meio de análise de sites e aplicativos de notícia, feita pelos próprios autores deste estudo. Tendo em vista que a característica desse tipo de pesquisa é que a fonte de coleta de dados é restrita a documentos, escritos ou não, Lakatos e Marconi (2003, p.175) denominam essas fontes como primárias contemporâneas.

Como o presente trabalho se baseia na técnica de pesquisa qualitativa exploratória, também utilizará da aplicação da entrevista em profundidade do tipo semiaberta como coleta de dados.

A entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.195)

Rosa e Arnoldi (2008, p.17) analisam a entrevista como “uma técnica de coleta de dados [...] que não se trata de um simples diálogo, mas, sim, de uma discussão orientada para um objetivo definido [...] resultando em dados que serão utilizados na pesquisa”.

No tipo de entrevista semiaberta, o entrevistador já possui um conjunto de perguntas pré-definidas que serão feitas para o entrevistado, mas caso surja interesse no decorrer da conversa, tem-se a liberdade de criar outras que sejam referentes ao tema, sem necessariamente seguir um roteiro.

O grupo que foi entrevistado, de grande importância para o trabalho, são jornalistas, editores de veículos que lidam com o uso de aplicativos e, mais precisamente, com o jornalismo colaborativo, além de teóricos da área, para suprir alguma lacunas de conhecimento existentes em função da emergência do tema junto aos estudos de webjornalismo, visto que colaboração por aplicativos ainda é



algo muito recente na comunicação. Assim o grupo conhecerá o processo produtivo e as possíveis necessidades.

A análise dos dados obtidos foi feita com a aplicação da técnica de triangulação que, como afirma Yin (2001, p.120), “é o fundamento lógico para se utilizar várias fontes de evidências”. O autor ressalta a vantagem do uso da técnica, visto que “qualquer descoberta ou conclusão em um estudo de caso provavelmente será muito mais convincente e acurada se basear em várias fontes distintas de informação, obedecendo a um estilo corroborativo de pesquisa”. (Yin, 2001, p.121)

A forma de análise dos dados se aplica ao presente trabalho considerando que os dados serão coletados por meio das técnicas de pesquisa bibliográfica, observação, pesquisa documental e aplicação de entrevista, o que irá oferecer diferentes dados, de diferentes fontes, permitindo entender os problemas e necessidades para iniciar a produção do aplicativo de notícias colaborativas.

### 3 WEBJORNALISMO

Em meados do século XV, com a invenção da prensa de Gutemberg, surgem as primeiras publicações jornalísticas. Porém, antes mesmo deste marco histórico para a imprensa, as notícias já percorriam as cidades. Inicialmente, as publicações eram manuscritas e tinham o intuito de informar sobre o comércio e a vida urbana. Não demorou muito para que os *latteri d'avisi*, como eram chamados os informativos na Europa, ganhassem periodicidade, em seguida gazetas e logo mais os jornais, como são conhecidos atualmente. (PENA, 2005)

A partir daí o jornalismo é definido, segundo Marcondes Filho (2000), em cinco fases: Pré-história, Primeiro Jornalismo, Segundo Jornalismo, Terceiro Jornalismo e Quarto Jornalismo. O pesquisador denomina a primeira fase como a Pré-história do Jornalismo, de 1631 a 1789. Nessa época, o jornal era semelhante a um livro, pois os assuntos que predominavam nas poucas páginas eram basicamente sobre reis, desastres, mortes e seres deformados.

O Primeiro Jornalismo vem em seguida, de 1789 a 1830, mais caracterizado como político e literário, com críticas ao governo, questionamentos de autoridades e confiança no progresso. Nesse período, o jornalismo começou a ser tratado como uma profissão, porém, era feito por escritores, políticos, críticos e cientistas. (MARCONDES FILHO, 2000)

Ainda segundo Marcondes Filho (2000), a próxima fase, chamada de Segundo Jornalismo, aconteceu de 1830 até o ano de 1900 e jornalistas profissionais passaram a escrever. Nesse momento surgiu o que é chamado de “furo jornalístico”, a imparcialidade, as reportagens, as entrevistas e as manchetes. Também se investiu em capas, logos e chamadas de primeira página.

A fase seguinte, de 1900 a 1960, foi chamada de Terceiro Jornalismo e teve a influência da indústria publicitária e relações públicas. O uso da fotografia passou a ser presente e temas como cinema, esporte, turismo, crianças, jornalismo feminino entre outros começaram a ser abordados. Nessa época, grupos monopolistas dominaram a imprensa. (MARCONDES FILHO, 2000)

A última fase, definida por Marcondes Filho como Quarto Jornalismo, começou por volta de 1970 e permanece até hoje. Com implantações tecnológicas para o barateamento da produção, os jornalistas passaram a ser profissionais

multifuncionais. A característica principal desse momento é a informação eletrônica e interativa.

### 3.1 Como surgiu o Jornalismo Online

Prado (2011) afirma que “jornalismo é jornalismo em qualquer plataforma”, então não se pode dizer sobre webjornalismo sem dar uma breve introdução sobre sua história. Da mesma forma que não é possível falar sobre o jornalismo online sem falar do surgimento da internet e sua ascensão como uma plataforma de notícias.

A internet surgiu no final da década de 1950 com o lançamento do primeiro Sputnik em 1957, com o intuito de ser usado como estratégia militar. Porém seu desenvolvimento se deu nas últimas três décadas do século XX. Segundo Prado (2011), a primeira mensagem transmitida em rede foi no dia 29 de outubro de 1969 pela ARPANET, rede que conectava as bases militares e departamentos de pesquisa do governo americano, desenvolvida pela ARPA (*Advanced Research and Projects Agency*).

A primeira mensagem enviada foi entre computadores de um laboratório da Califórnia. O texto: ‘Lo’. Na verdade, era para ser ‘Login’, mas a conexão caiu e demorou mais de uma hora para voltar. Pouco mais de um mês depois, era estabelecida a primeira rede estável entre quatro computadores. Nos próximos dois anos o número não parou de crescer. Satélites foram lançados, e a conexão chegou à Europa. (PRADO, 2011, p.10)

No entanto, a produção digital nas redações teve início em 1971 com um grande avanço na difusão microeletrônica, através da invenção do microprocessador<sup>1</sup>, criado por Ted Hoff, engenheiro da Intel. Já em 1972 e 1973 é criado o e-mail e o jornalismo passa a usar bancos de dados e agências de notícias como a *United Press International* e *Associated Press* adotam a produção de conteúdo digital. Ainda em 1973 a tecnologia permitiu a conexão de diferentes tipos

---

<sup>1</sup> Microprocessador: Diz-se de, ou processador miniaturizado no qual todos os elementos se reúnem num único circuito integrado; diz-se de ou chip único que contém toda a unidade central de processamento.

Fonte: Dicionário Online de Português (Disponível em: <https://www.dicio.com.br/teletexto/>. Acesso em: 2 mai. 2019).

de rede. Em 1974, a agência Reuters começou a trabalhar com videotexto<sup>2</sup> e, em 1975, surge o teletexto<sup>3</sup>. (PRADO, 2011)

Prado ainda afirma que na década de 1980 também houve avanços significativos. Em 1985, cerca de 50 jornais passaram a oferecer banco de dados de notícias online. Já em 1989, a internet que, antes era de uso somente de empresas, torna-se acessível às pessoas físicas. No mesmo ano, o sistema de hipertexto é criado por Tim Berners-Lee, que também foi inventor da grande teia mundial, a *World Wide Web* (www), em 1990. A partir de então, se torna mais fácil o uso da internet. A primeira conexão do Brasil à internet foi em 1991, mesmo ano em que surge um mecanismo de busca, chamado *Gopher*<sup>4</sup>.

O ano de 1992 marcou na história do jornalismo online brasileiro com a cobertura da Eco-92 e sites como da CNN e Chicago-Tribune ganham destaque. Porém, o grande estouro da internet no Brasil foi em 1995.

E quando a internet veio à tona, em 1995, a agência Estado foi a primeira empresa de informação brasileira a ter um site. O primeiro jornal foi o Jornal do Brasil, um pouco depois do nosso. Em 1992, nós estávamos usando Arpanet para distribuir, chegamos a ter um serviço de informação sobre a Copa, a ECO-92, e que durou 3 meses antes do evento em si e três meses depois, e que nós chegamos a distribuir para três mil instituições acadêmicas do mundo inteiro. (PRADO, 2011, p.17)

Daí em diante o jornalismo foi ganhando espaço no mundo virtual: jornalismo na internet, jornalismo digital, jornalismo online, jornalismo na rede, jornalismo em tempo real, ciberjornalismo, webjornalismo. Contudo, as tendências tecnológicas influenciaram o consumo de notícia do mundo todo:

---

<sup>2</sup> Videotexto: Sistema eletrônico interativo em que os dados são transmitidos, de uma rede de computadores, por telefone ou televisão por cabo, ao televisor do assinante do serviço.

Fonte: Dicionário de Português Online (Disponível em: <https://www.dicio.com.br/videotexto/>. Acesso em: 2 mai. 2019).

<sup>3</sup> Teletexto: Processo de telecomunicação que permite a exibição de textos ou de grafismos na tela de um televisor a partir de um sinal de televisão ou de uma linha telefônica.

Fonte: Dicionário de Português Online (Disponível em: <https://www.dicio.com.br/teletexto/>. Acesso em 2 mai. 2019).

<sup>4</sup> Gopher: mecanismo de busca criado por Mark McCahill na Universidade de Minnessota após o surgimento da internet. Foi o primeiro a conseguir indexar documentos.

Fonte: Computação UFCG (Disponível em: [http://www.dsc.ufcg.edu.br/~pet/jornal/setembro2012/materias/historia\\_da\\_computacao.html](http://www.dsc.ufcg.edu.br/~pet/jornal/setembro2012/materias/historia_da_computacao.html). Acesso em 2 mai. 2019).

[...] primeiro, o advento dos meios de comunicação social, como sites de redes sociais e blogs, tem ajudado a notícia a se tornar uma experiência social (de novas maneiras) para os consumidores. As pessoas usam suas redes sociais e de tecnologia de redes sociais para filtrar, avaliar e reagir a notícia. Em segundo lugar, a ascensão de conectividade móvel, através de telefones inteligentes, virou veículo de notícias e novidades para um segmento de consumidores ávidos por informação. (PRADO, 2011, p.17)

Para chegar ao que se vê nos dias atuais, o webjornalismo passou por diversas fases, como será visto a seguir.

### 3.2 Fases do Webjornalismo

Na evolução do jornalismo on-line, Gonzales (2000) relata quatro fases: na primeira fase, denominada *Fac-simile*, o conteúdo das páginas dos jornais é disponibilizado na internet como simples reprodução (páginas digitalizadas ou em PDF).

A cada 24 horas o conteúdo era atualizado de acordo com a nova edição impressa. Nesse período não houve grandes alterações no formato e na diagramação dos jornais produzidos para a web. As empresas também não faziam esforços para explorar as características específicas do novo meio. (SANTOS, 2017, p.6)

A segunda fase é o modelo adaptado, onde o conteúdo continua sendo o mesmo do impresso só que em um layout próprio do on-line. Nesta fase, algumas características e recursos próprios do online começaram a ser empregadas, como links, e-mail como canal de interação e fóruns de debates. (SANTOS, 2017, p.7)

No modelo digital, terceira fase, o conteúdo é produzido para a versão on-line e já possui hiperlinks e aplicações interativas. Nesta fase, também é possível encontrar o uso de algumas fotografias, vídeos e áudios.

[...] recursos em multimídia, como sons e animações, que enriquecem a narrativa jornalística; - recursos de interatividade, como chats com a participação de personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões; apresentam opções para a configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário [...]. (MIELNICZUK, 2003, p.36)

Por fim, na quarta fase, chamada de modelo multimídia, o conteúdo é produzido de maneira exclusiva para o meio digital, fazendo uso de todas as características presentes na web. “Nela ocorre a efetiva industrialização dos

processos jornalísticos para a web que até então eram elaborados de forma intuitiva e artesanal.” (SANTI, 2015, p.187)

Mielkniczuk (2003), por sua vez, separa essas mudanças em três gerações. Sendo a primeira centrada na migração de conteúdo do jornal impresso para a internet. A segunda sendo uma busca pela exploração de uma linguagem própria para o ambiente online com a utilização de hiperlinks e a terceira geração com o uso de novos recursos para a prática jornalística e oferta de recursos multimídias e outros elementos audiovisuais para a construção de uma narrativa.

Barbosa (2013) aponta a existência de uma quarta geração e relata que “o cenário no qual emerge a quarta geração do ciberjornalismo é marcado pela consolidação das bases de dados como estruturantes da atividade jornalística e como agentes singulares no processo de convergência jornalística”. (BARBOSA, 2013, p.9). Santi (2015, p.187), compila o conceito da autora:

[...] o webjornalismo de quarta geração (4G) vai se utilizar de banco de dados que, devido à tecnologia internet, junto com as linguagens de programação muito dinâmicas, passaram a gerar páginas que somente existem devido às solicitações do usuário ao navegá-las; e/ou telas que podem apresentar áreas de informações flexíveis em estruturas que possibilitam a correlação de dados e de campos informativos.

Entretanto, no cenário atual, o uso de dispositivos móveis para consumo e produção de conteúdo transforma o webjornalismo entrando, assim, na quinta geração. Palácios e Cunha (2012) definem esse novo momento do jornalismo tendo como perspectiva as plataformas móveis. Nesta geração o jornalismo se apropria das características evolutivas das gerações anteriores e acrescenta novos elementos, como a portabilidade, a mobilidade de produção e o consumo como novas formas de interagir.

Quanto ao novo modo de fazer jornalismo, Canavilhas (2012, p.2) restringe em duas fases fundamentais: o jornalismo on-line e o webjornalismo.

No primeiro caso, as publicações mantêm as características essenciais dos meios que lhes deram origem. No caso dos jornais, as versões online acrescentam a actualização constante, o hipertexto para ligações a notícias relacionadas e a possibilidade de comentar as notícias. Como se pode verificar, trata-se de uma simples transposição do modelo existente no seu ambiente tradicional para um novo suporte.

Na fase a que chamamos webjornalismo/ciberjornalismo, as notícias passam a ser produzidas com recurso a uma linguagem constituída por

palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura.

A convergência tecnológica se aproxima dos espaços naturais da mídia e lhes confere um alto grau de conectividade e a homogeneização de linguagens e suporte, não significam reduzir a personalidade de cada meio (GONZALES, 2001).

### **3.3 Características do Webjornalismo**

Canavilhas (2014) aponta sete características do webjornalismo. São estas: hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade, que serão explicadas a seguir.

#### **3.3.1 Hipertextualidade**

A palavra hipertexto foi utilizada pela primeira vez nos anos 60 por Theodor Nelson, que definiu o conceito como uma escrita não sequencial, um texto com várias opções de leitura que permite ao leitor efetuar uma escolha. (CANAVILHAS, 2014)

Ainda segundo Canavilhas (2014), os hipertextos são blocos textuais ligados por *links* de fácil acesso e visualização que podem ser encontrados em textos disponíveis na internet, onde com apenas um clique, o leitor tem a possibilidade de navegar para outros textos - podendo ser do mesmo site ou não - que estejam relacionados ao conteúdo que ele está lendo, ficando a critério dele o seu próprio percurso de leitura.

Para Ramal (2000, p.4), o hipertexto é:

[...] uma nova forma de escrita e de comunicação da sociedade informático-mediática, é também uma espécie de metáfora que vale para as outras dimensões da realidade. [...] A internalização da estrutura do hipertexto como mediação para a produção de conhecimento implica novas formas de ler, escrever, pensar e aprender.

Reges (2011, p.41) explica que o hipertexto atribui ao texto uma característica que está sempre em constante produção, que proporciona uma leitura não-linear, onde tudo está a critério do leitor, seja na construção ou na recepção dos produtos jornalísticos na internet.

No jornalismo, a hipertextualidade, segundo Mielniczuk (2003, p.161), precisa ser levada em consideração dois aspectos: primeiro é preciso saber distinguir o que está na área das potencialidades do hipertexto e na sua aplicação para o desenvolvimento de um produto definido, neste caso, o jornalístico, pois ainda, segundo a autora, “[...] nem tudo o que é possível, é conveniente ou está em consonância com os propósitos do produto”. Para, em seguida, avaliar de que maneira essa estrutura se encaixa na diversidade de hipertextos existentes, onde cada um comporta suas particularidades.

Assim, a hipertextualidade pode ser trabalhada por meio de dois elementos: os blocos informativos, que segundo Lévy (1993), é um conceito aplicado a qualquer tipo de conteúdo na web – texto, imagens, sons, infografias; e as hiperligações, que segundo Salaverría (2014), estabelecem uma relação direta entre a informação do bloco de origem e a informação do bloco de destino.

David (2018, p.34) acredita que a possibilidade de separar as informações contidas nos blocos informativos conectados pelas hiperligações dá ao leitor uma vasta diversidade de caminhos de leitura possíveis “uma vez que pode ter acesso a textos complementares, notícias relacionadas, arquivo e até mesmo a sites e blogs que se relacionem com o assunto em questão”.

Canavilhas (2014) define quatro regras para o uso do hipertexto na produção de notícias na *web*. Na primeira regra, recomenda-se que as hiperligações tenham uma distribuição homogênea ao decorrer do texto, evitando que o usuário faça uma leitura diagonal. Considerando que as hiperligações possuem cor diferente do texto normal, fazendo com que o usuário acabe por fazer uma parada toda vez que encontrar uma mancha cromática diferente.

A segunda regra mostra que é vantajoso indicar ao usuário qual o tipo de bloco informativo (texto, foto, áudio ou vídeo) para o qual se direciona a hiperligação, porque isso representa diferentes estímulos para o usuário, que poderá desistir de seguir a hiperligação, pelo fato de que não lhe interessa esse tipo de conteúdo.

A terceira regra relaciona-se à colocação das hiperligações nas frases do texto, pois, segundo Canavilhas (2014, p.20), os usuários tendem a clicar nelas no momento em que estão realizando sua leitura.



Isso significa que uma hiperligação colocada no início de uma frase pode significar uma saída para outro bloco informativo sem que o leitor tenha lido o parágrafo onde se encontrava e, por isso, sem ter captado a mensagem que se pretendia transmitir. Por isso, o local onde se coloca a hiperligação é importante, sobretudo quando o bloco informativo de destino é outro texto. Se a hiperligação conduz o leitor a outro bloco textual é porque este segundo bloco é uma informação mais aprofundada, ou seja, uma particularidade da notícia. Nestes casos sugere-se que a hiperligação seja colocada no final da frase ou do parágrafo, permitindo assim ao leitor perceber a informação transmitida na frase em questão.

A quarta e última regra apresenta a relação entre a palavra onde é colocada a hiperligação e a natureza midiática do bloco informativo de destino. Com isso, o autor deixa claro que precisa existir uma ligação semântica entre a escolha das palavras para as hiperligações ao bloco informativo, indicando ao usuário o tipo de conteúdo que será acessado a partir dali.

Uma maneira de dar “respiro” e também um acréscimo de informação para o usuário durante a sua leitura na *web* é o uso de produtos multimídia ao longo do texto.

### **3.3.2 Multimídia**

A segunda característica do webjornalismo é a multimídia, que, segundo Mielniczuk (2003, p.48), é caracterizada pela “convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração de um fato jornalístico em um mesmo suporte”.

Para Prado (2011), a multimídia é o elemento fundante da era do webjornalismo. Sem ela ninguém imaginaria que em um único espaço teria a possibilidade de ler, assistir e ouvir sobre tudo o que acontece no mundo de forma tão convergente. Com o desenvolvimento da internet a partir dos anos 90, o conceito de jornalismo multimídia alcançou um grande protagonismo. Segundo Salaverría (2014), foi graças à web que as possibilidades para o crescimento das narrativas multimídia foram se multiplicando cada vez mais. O autor ainda diz que o conceito de multimídia possui três acepções: como multiplataforma, polivalência e combinação de linguagens.

A multiplataforma funciona quando diferentes meios de comunicação de uma mesma empresa jornalística se reúnem e trabalham com estratégias em coberturas de um assunto, para que, no final, obtenham um resultado em conjunto.

Para designar este tipo de modalidades de coordenação entre meios também se utilizam termos como “multiplataforma” ou, como é habitual no mundo jornalístico anglo-saxão, *cross-média*. Ambos aludem à mesma realidade: casos em que distintos meios coordenam as suas respectivas estratégias editoriais e/ou comerciais para conseguir um melhor resultado conjunto. (SALAVERRÍA, 2014, p.27)

Na polivalência, o jornalista acumula distintas funções dentro de uma empresa, que antes eram exercidas por outros profissionais. “Este processo de multiplicação de disciplinas foi propiciado por múltiplos fatores, entre os quais se destacam especialmente a convergência das tecnologias digitais e a reconfiguração das empresas jornalísticas.” (SALAVERRÍA, 2014, p.27).

O autor ainda divide a polivalência em três tipos: a primeira é a midiática, em que o jornalista trabalha simultaneamente para meios distintos de uma única empresa; a segunda é a temática, na qual ele irá trabalhar sem ter nenhuma especialização informativa, por exemplo, o mesmo que escreve política, também escreve sobre cultura; e, por fim, a terceira é a funcional que se relaciona ao conceito de multitarefa ao qual o jornalista exerce várias funções dentro de uma mesma redação.

Já na multimídia como combinação de linguagens, Salaverría (2014, p.29) destaca que é a mais usual e a única que pode ser encontrada no dicionário da Real Academia Espanhola (RAE). “Para esta instituição, o adjetivo ‘multimédia’ designa aquilo ‘que utiliza conjunta e simultaneamente diversos meios, como imagens, sons e texto, na transmissão de uma informação’.”

O autor ainda aponta que, atualmente, oito elementos compõem a multimídia, são eles: texto, fotografia, gráficos, iconografia e ilustrações estatísticas, vídeo, animação digital, discurso oral, música e efeitos sonoros, e vibração. Esses elementos fazem parte do *Webwriting*, que é um conjunto de várias técnicas voltadas para a criação e distribuição de conteúdo na internet. Para o desenvolvimento do aplicativo, os elementos utilizados serão o texto, a fotografia, o vídeo e o áudio.

No ambiente online, o texto é responsável pela união de outros elementos narrativos e também por oferecer dados complementares com uma linguagem objetiva. Salaverría (2014, p.33-34) complementa que o texto:

É a coluna vertebral que sustenta e estrutura as peças informativas multimídia. O texto atua como elemento de contextualização e de documentação por excelência; informa o utilizador sobre os aspectos essenciais da informação que este tem diante de si, ao mesmo tempo que se apresenta como a via mais eficaz para oferecer dados complementares. De todos os formatos comunicativos disponíveis, o texto oferece o conteúdo mais racional e interpretativo.

Dalmonte (2009) ressalta que, diferentemente de outras tradições, como, por exemplo, a literatura, o texto jornalístico deve ter compromisso com a representação da realidade ou uma narrativa ancorada no real e comprometida com uma sociedade livre e democrática, cuja base está na circulação de informações de qualidade para os leitores.

Para um melhor entendimento do usuário, Canavilhas (2006) cita que o jornalista precisa utilizar uma nova técnica de estruturação de uma matéria na web: a pirâmide deitada, onde o leitor tem a possibilidade de escolher a ordem de leitura ou navegar livremente dentro da notícia.

A pirâmide possui quatro níveis de leitura. Na unidade base, mais conhecida como *lead*, o texto “[...] responderá ao essencial: O quê, Quando, Quem e Onde. Este texto inicial pode ser uma notícia de última hora que, dependendo dos desenvolvimentos, pode evoluir ou não para um formato mais elaborado” (CANAVILHAS, 2006, p.15) Logo em seguida são apresentados os níveis de Explicação, Contextualização e Exploração:

O Nível de Explicação responde ao Por Quê e ao Como, completando a informação essencial sobre o acontecimento. No Nível de Contextualização é oferecida mais informação – em formato textual, vídeo, som ou infografia animada – sobre cada um dos W’s. O Nível de Exploração, o último, liga a notícia ao arquivo da publicação ou a arquivos externos. (CANAVILHAS, 2006, p.15)

Apesar de o texto ser o principal elemento multimídia, muitas vezes, precisa da ajuda das fotografias na construção de informações imagéticas do conteúdo na web. A fotografia sempre esteve muito presente na mídia impressa. Segundo Oliveira (2015), com a chegada da era digital, ela passou e ainda passa por muitas transformações, ganhando uma elevação e um destaque maior nos meios de comunicação. “A fotografia propicia experiências estéticas e informativas quando

utilizada no jornalismo, expandindo aquelas iniciadas com a presença das ilustrações nos periódicos.” (GRUSZYNSKI; LINDEMANN, 2011, p.24)

Salaverría (2014, p.34) acredita que:

[...] os meios digitais oferecem possibilidades formidáveis à linguagem fotográfica. Libertas das limitações espaciais que impõe o papel, as publicações na internet não têm fronteiras para a fotografia, seja em termos de número, dimensão ou formato. Além das fotografias isoladas que acompanham os textos, na internet é possível publicar tantas imagens quantas se deseje graças às galerias fotográficas.

No webjornalismo, os produtores de conteúdo podem trabalhar com as fotografias em múltiplos formatos. Salaverría (2014) cita, por exemplo, as imagens panorâmicas de 360º, as megafotografias, carrosséis, de geolocalização com efeitos de navegação especial e de zoom com alta definição, entre outras.

Já Prado (2011, p.97) discorre que uma nova era do webjornalismo é caracterizada pelo envio instantâneo de fotografias feitas por colaboradores de qualquer lugar do mundo “[...] não havendo mais preocupação em enviar fotógrafos profissionais quando as coisas acontecem [...]”. A autora complementa dizendo que:

Essa instantaneidade é tamanha que hoje, no século XXI, ao ficarmos sabendo de algum fato, corremos para a web para não só ler a respeito, mas também ver as imagens. E elas estão lá, porque mesmo que ainda não tenha dado tempo de enviar um profissional para colher, colaboradores já disponibilizam imagens amadoras, que, em muitos casos, são de qualidade técnica profissional. (PRADO, 2011, p.97)

Segundo Palácios e Munhoz (2007), foi por meio da fotografia que a participação do leitor enquanto produtor de informação jornalística adicionado a um veículo de imprensa realmente se inaugurou. Em caso de ausência da fotografia ou também para acrescentar informações, o jornalista pode recorrer aos elementos de vídeo e áudio que também podem ajudar a facilitar a compreensão do conteúdo.

O vídeo é um elemento multimídia que está ganhando cada vez mais protagonismo na *Web* com a ajuda da tecnologia. Salaverría (2014) acredita que este elemento aumenta a dinamicidade e oferece muitos resultados positivos em relação à audiência. Hoje, qualquer pessoa que possua um aparelho de celular com câmeras pode gravar tudo o que acontece à sua volta, a qualquer hora e lugar. Prado (2011) relata que os usuários estão presentes em todos os lugares,

principalmente nas redes sociais, resultando que muitas empresas jornalísticas acabam por subir os vídeos em diversos sites, espalhando as informações em formato de vídeo. Além disso, existe a possibilidade de transmitir um acontecimento ao vivo.

Salaverría (2014) diferencia as maneiras desse elemento ser trabalhado e destaca que, enquanto na televisão o vídeo é utilizado de forma longa e passiva, na *web* ele é curto e ativo. Com isso, Canavilhas (2001, p.5) explica que:

Na televisão, o texto da notícia (voz-off) deve ser totalmente pleonástico com a imagem. Quer isto dizer que não se deve verificar nenhuma concorrência semântica entre estes dois elementos da informação. Texto e imagem são um só produto e não têm significado quando separados. [...] Em lugar da redundância, o vídeo assume no webjornal um carácter legitimador da informação veiculada no texto.

Com vídeos disponíveis em conteúdos na *web*, os usuários podem agir a qualquer momento, avançando ou voltando o vídeo até encontrar as informações que precisam, utilizando diferentes opções de navegação interativa.

Os vídeos produzidos para a internet ainda possuem outra particularidade: a autonomia. O usuário pode escolher se quer assistir aos vídeos por inteiro, em partes, pular as partes indesejadas, além de poder interagir, tudo isso com o recurso do mouse e das telas táteis. Além disso, é possível decidir a hora, o local e assistir de qualquer formato de tela. O cibermeio possibilitou essa personalização. (AGUIAR; RIBEIRO; CRUZ, 2018, p.26)

Rodrigues (2014, p.30) aponta que a maioria dos vídeos lidam diretamente com a origem da informação e que, nesses casos, a utilização do vídeo na *web* “[...] garante transparência e credibilidade ao site, e é relevante na construção da empatia com o usuário”.

Canavilhas (2001) defende que o vídeo se torna um elemento de grande importância em uma narrativa multimídia, e hoje é necessário que qualquer projeto de informação disponibilizado na *web* o destaque. Assim como também esse elemento precisa ter uma ligação com o áudio para que o usuário possa compreender a mensagem.

O som é o elemento multimídia que acrescenta um valor maior às informações, quando é utilizado em conjunto com o vídeo em matérias audiovisuais, mas, segundo Salaverría (2014), o áudio também pode ser aproveitado

isoladamente dos outros elementos como um formato comunicativo. O autor ainda destaca que pode ser dividido em duas modalidades: o discurso oral, que é utilizado através da “voz off”, ou seja, a narração das imagens exibidas; e a música e efeitos sonoros que acrescentam emoção e veracidade sobre qualquer assunto.

O que se constata é que, com a soma de material gravado, a reportagem ganha em contexto, em aprofundamento. Não que em texto não se consiga contextualizar ou aprofundar, não é isso, é que o vídeo e/ou o áudio podem trazer emoção, estados de espírito e, assim, agregar informação visual e auditiva complementando a reportagem. (PRADO, 2011, p.146)

Uma inovação importante que vem trazendo muitos usuários a consumir diversos conteúdos na web, por meio do áudio é o *podcasting*, um meio de publicação de arquivos de áudios que são disponibilizados na internet e de fácil acesso. Prado (2011) discorre que ele pode ser ouvido em *streaming* ou “baixado” em aparelhos que possuam tocador de som digital (MP3 ou outro formato de compressão de som) e sua audição é possível de ser feita em qualquer horário e ser repetido quantas vezes quiser.

Nos primeiros anos, Kischinhevsky (2018) conta que o *podcasting* era entendido como exemplo da emergência de uma cultura participativa e, somente nos anos 2010, há uma diversificação desta modalidade que começa a ganhar audiências massivas, não só com o entretenimento, mas principalmente com informação.

Inicialmente, os podcasts eram, na maioria, sequências de músicas da predileção do internauta ou monólogos que faziam as vezes de audioblogs. Mas, rapidamente, os programas/episódios passaram a se sofisticar, mesclando locuções, efeitos sonoros, trilha, emulando o que era veiculado em ondas hertzianas ou mesmo, ocasionalmente, introduzindo formatos inovadores. (KISCHINHEVSKY, 2018, p.77)

Rodrigues (2014, p.30) afirma que há décadas já se prova que informações veiculadas em áudio podem ser mais persuasivas do que o próprio texto, dependendo do que se tem em mãos. “[...] a entrevista com uma autoridade, o trecho de um discurso ou a fala de um usuário, disponíveis em áudio, podem funcionar como complemento à informação textual [...] o que é fundamental para a persuasão”.

Assim, hoje os usuários têm a possibilidade de interagir com os produtores de conteúdo e entre eles mesmos, por meio de todos os elementos multimídia apresentados.

### 3.3.3 Interatividade

A interatividade é uma característica que já existia no rádio e na televisão, e tornou-se importante no webjornalismo atual, por ser o diálogo entre o produtor de um conteúdo e o seu consumidor. Rost (2014, p.53) conceitua que:

A interatividade é um conceito ponte entre o meio e os leitores/utilizadores, porque permite abordar esse espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instâncias de seleção, intervenção e participação nos conteúdos do meio. Insere-se nessas zonas de contacto entre jornalistas e leitores, que as tecnologias têm alargado e simplificado.

O autor ainda pontua que existem dois tipos de interatividade: a primeira é a seletiva, que se refere à possibilidade do usuário selecionar o caminho, a sequência do conteúdo que ele irá consumir, tendo também controle de como irá receber as informações ofertadas; e a segunda é a comunicativa, onde o usuário tem a opção de se comunicar, se expressar sobre um assunto, fornecendo, assim, um conteúdo.

Sobre o segundo tipo, Prado (2011, p.51) discorre que:

No momento em que ele pode comentar abaixo das matérias, criando um efeito nessa informação, a transparência cresce e aumenta seu raio de aproximação, pois o leitor que tem espaço para opinar fica satisfeito; mesmo que não opine, apenas por saber que pode ter a chance, conseqüentemente volta a procurar mais informação; e mais, acaba por divulgar no boca a boca ou no tuíte a tuíte.

Já para Giarrante (2013), a internet conseguiu amplificar essa atividade, tornando o leitor mais ativo e, muitas vezes, colaborativo. E aponta que, o consumidor pode contribuir tanto na produção jornalística de maneira direta, como também no envio de e-mail, participar de enquetes, comentar em fóruns, blogs ou chats que são disponibilizados nos sites e nas redes sociais.

Hoje todo usuário pode interagir e produzir conteúdo a qualquer hora e a qualquer lugar, e com velocidade, apenas com um aparelho de celular em mãos.

### 3.3.4 Memória

A memória como característica do webjornalismo tem duas principais funcionalidades, segundo Palácios (2014, p.92). Uma na produção da narrativa jornalística: “O acionamento da memória é condição de produção em peças jornalísticas de caráter comemorativo (aniversários de eventos ou pessoas) e naquelas em que o fato presente está sinalizando um fim de trajetória, como nos obituários”. Ele cita ainda como exemplo o fim de longos processos ou a vida e a morte de um “homem de qualidade”.

A outra premissa que integra as funcionalidades da memória é que “A disponibilização da informação em rede, os arquivos disponíveis para o acionamento da memória, no momento da construção do discurso jornalístico, tornam-se não somente acessíveis e facilmente pesquisáveis, mas também múltiplos.” (PALÁCIOS, 2014, p.96).

A memória, por sua vez carrega, consigo o poder de incrementar as narrações jornalística de acordo com artifícios passados que servem de base. Além disso, diz respeito à construção de contexto do usuário advinda da memória dele próprio.

### 3.3.5 Instantaneidade

Segundo Bradshaw (2014), a velocidade ao publicar uma notícia sempre foi um fator intrínseco para o jornalismo. Os veículos de comunicação bem como os jornalistas anseiam por dar o “furo” da informação, ou seja, ser o primeiro a noticiar determinado fato. A instantaneidade é uma característica presente em todas as formas de se fazer jornalismo, porém, é na internet que ela ganha força, pelo fato de tornar possível a publicação imediata ao acontecimento, muitas vezes até em tempo real.

O autor ainda discorre que, atualmente, com a instantaneidade em rede, o imediatismo está ainda mais “sob pressão”. A concorrência entre as empresas jornalísticas é grande e se o veículo não for o primeiro a noticiar algo, então deve ser o primeiro a publicar uma foto ou conseguir uma entrevista.



Nishiyama (2016) afirma que em um cenário onde o imediatismo é um dos principais fatores do webjornalismo, o conceito de *deadline* sofre uma modificação. Em consequência das novas tecnologias, o jornalista, por meio da utilização de equipamentos móveis, multifuncionais e conectados, pode produzir conteúdo em qualquer hora e lugar. O repórter não precisa necessariamente estar na redação para finalizar seu material uma vez que o aparelho celular, embutido com funções como: câmera fotográfica e de vídeo, editor de textos e conexões com a internet, se torna a plataforma ideal para a prática jornalística.

A instantaneidade também é denominada por Mielniczuk (2003) como atualização contínua. A autora afirma que a tecnologia digital juntamente com as tecnologias das redes teletemáticas são responsáveis pela agilidade na atualização das informações constantemente no ambiente online.

Na web, a instantaneidade assume três variantes de acordo com David (2018, p.45): instantaneidade no consumo, na publicação e na distribuição:

Na perspectiva do consumo, atualmente, as informações são acedidas com maior frequência por diversos meios e períodos do dia – a rádio tem seu pico de manhã e ao final da tarde, a TV à noite, a Web à chegada do trabalho e no regresso a casa, o e-mail no início da manhã, depois da Web, e as SMS à noite, antes de dormir. Quanto à publicação, as notícias estão a ser produzidas sem limitações de espaço físico e a captação, a produção e a distribuição de notícias ocorrem em simultâneo. A distribuição é também instantânea e denominada por dois elementos – as ferramentas de pesquisa e as redes sociais.

David (2018) ainda ressalta a importância de a velocidade estar sincronizada com o aprofundamento da informação, uma vez que, por pressão em dar a notícia em primeira mão, muitos veículos de comunicação adiantam conteúdos mal apurados, às vezes até com informações erradas ou a confirmar. Segundo a autora, é importante que o jornalista respeite, acima de tudo, o código de ética.

### **3.3.6 Personalização**

A personalização é uma característica do webjornalismo que marca forte presença na era do jornalismo móvel. Para Canavilhas (2014), a personalização faz grande diferença hoje no webjornalismo. Dentro do jornalismo, Lorenz (2014, p.140) define a personalização como “Experiências informativas que pode apresentar várias

formas e extensões, sendo a mais habitual deixar o utilizador selecionar os temas mais relevantes para a criação de uma página com base em preferências pessoais”.

Dessa forma, a personalização trata a especificar conteúdo para um indivíduo baseado nas suas preferências. Um exemplo citado por Lorenz (2014) mostra como é aplicado a personalização na web, como no Google, YouTube e Facebook, que apresentam conteúdo personalizado baseado no que os usuários gostam de ver.

Na web, a personalização pode ocorrer de várias formas e para entendê-las, Lorenz (2014) divide em seis graus diferentes formatos que podem ser utilizados.

O primeiro grau é a “Resposta”, nesse nível de personalização, segundo ele, a capacidade de uma página se adaptar às diferentes telas já é um meio para aprofundar o pensamento sobre abordagens da personalização.

O segundo grau é uma estratégia que consiste em “Alterar com base na hora do dia”. Lorenz (2014) explica que essa estratégia se dirige a entregar conteúdo baseado na necessidade do usuário de acordo com a hora do dia. Segundo ele, o objetivo dessa personalização interfere no tempo que as pessoas gastam com determinado conteúdo.

O terceiro nível, como estipula Lorenz (2014), é a “Interação significativa”, que aborda a interação do usuário com sites, na qual ele pode comentar ou sugerir o que queira ver. Esse caminho é uma das vertentes na qual o jornalismo colaborativo pode se encaixar fazendo alusão com uma das características do webjornalismo muito usada no jornalismo móvel.

O quarto ponto “ajuda a decisão”, apresenta o fato das pessoas terem dificuldades em tomarem decisão e por isso procurar apoio para se decidir. A personalização de conteúdo pode ser empregada nesse nível com ferramentas e aplicações, como sugere o autor.

O quinto grau de personalização, definido por Lorenz (2014), é a “Calibração e Algoritmos”, que mostra como eles podem influenciar na personalização de alteração momentânea. Além disso, o autor afirma a importância da criação de métricas, pois servem para guiar os criadores no sentido de procurar qual “a melhor forma” de pensamento, com opção para se testar a versão A vs versão B.” (LORENZ, 2014, p.151).

O sexto e último grau de personalização “Adaptável para mudar”, referem-se ao fato de criar aplicativos de dados e notícia, mas que tenha a capacidade de se reconfigurar, realinhar e reavaliar fatores que influenciam mudanças.

### 3.3.7 Ubiquidade

A palavra ubiquidade, segundo o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa (HOUAISS, 2001, p.276), possui o significado de estar presente em todos os lugares, “onipresença”. Para Almeida (2016, p.528), ela está ligada ao uso descontínuo das novas tecnologias de informação. Portanto, essa característica do webjornalismo é exercida pelos usuários por meio do uso de dispositivos móveis.

De acordo com Pavlik (2014, p.160), “[...] todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global”.

Foresti, Varvakis, Viera (2018, p.193) complementam:

A ubiquidade da informação – e também do usuário – se intensifica com a tríade móvel, que proporciona o acesso sem limitações de tempo-espço aos documentos e representações da informação. A tríade móvel revoluciona o acesso à informação e faz emergir novos fluxos de informação - entre eles, o fluxo da informação de si. Também cresce a vigilância social e surgem novos problemas de pesquisa. Além do comportamento informacional, o exercício da ubiquidade também transforma a cognição, as organizações, trabalho, ensino.

Nishiyama e Silva (2016, p.1) ressaltam que, com a possibilidade dos meios de comunicação se mudarem para diferenciados canais e plataformas, os conteúdos foram adaptados de forma responsiva e se tornaram ubíquos, estando disponíveis em todo o tempo e em todo lugar. Isso resultou em uma proximidade dos usuários com os conteúdos, no caso do jornalismo, e também no imediatismo da notícia.

Pavlik (2014, p.164) aponta que existem, ao menos, quatro consequências da ubiquidade. A primeira é a emergência do jornalismo cidadão espalhada ao redor do mundo; o crescimento de novas narrativas geolocalizadas e imersivas; o Big Data e o jornalismo orientado por dados; e o declínio da privacidade. As consequências da ubiquidade que se encaixam no presente trabalho são: o crescimento de novas narrativas geolocalizadas e imersivas, e o jornalismo cidadão.

Para Pavlik (2014, p.174), a geolocalização é uma característica em constante crescimento nas notícias da *web* e conteúdos midiáticos e “[...] se refere à habilidade de etiquetar vídeos e outros conteúdos midiáticos com informação sobre a localização, que usualmente é obtida por dados de GPS.”

Lemos (2013, p.201) define que:

Mídias locativas são tecnologias de comunicação e informação, bem como os serviços correlatos baseados na localização dos dispositivos. O uso de smartphones, GPS, redes sem fio (Wi-Fi, 3G ou Bluetooth), realidade aumentada, etiquetas de radiofrequência (RFID), M2M (machine to machine, ou Internet das coisas), entre outros, estão transformando a forma como a sociedade consome, produz e distribui informação no espaço urbano.

Em relação ao setor das mídias locativas, Volpato (2015, p.4) afirma que surgiram com uma infinidade de aplicativos e serviços que integram e agregam informações e conteúdos ao usuário a uma determinada localidade. “Neste sentido, as tecnologias digitais parecem oferecer novas possibilidades para que organizações de mídia possam trazer a informação para mais próximo do leitor, do consumidor.” Além também das redes sociais, pois:

As mídias locativas transformam a paisagem urbana, fazendo surgir novas formas de territórios dotados de espaços fluidos e zonas de imersão. Neste sentido, a possibilidade dos indivíduos serem localizados por meio de redes sem fios nas plataformas de geolocalização estimulam novas formas de relações sociais. Ou seja, a partir do momento que o indivíduo percebe que é rastreado e monitorado através de suas atualizações nas redes sociais, ele torna-se ativo e começa a produzir suas próprias imagens, suas próprias mensagens, seus próprios sites. (MASSAROLO, 2011, p.4)

Então, a localização e a informação juntas criam um contexto, que não era existente, proporcionado assim uma nova experiência de comunicação ao usuário, unindo a informação presente no dispositivo e o espaço físico em que ele se encontra.

Com isso, Pavlik (2014) prevê que, na próxima década, os conteúdos ubíquos geolocalizados em mídias móveis conduzirão a uma nova forma de jornalismo sem as barreiras impostas pelas tradicionais plataformas de apresentação de notícias trabalhadas atualmente. Ele ressalta que, ao invés disso,

os cidadãos começarão a usar seus aparelhos celulares para acessar ou contribuir com o conteúdo noticioso geolocalizado em qualquer lugar do mundo.

A segunda consequência da ubiquidade é a emergência do jornalismo cidadão ao redor do mundo. Pavlik (2014, p.165) conta que essa possui uma longa história, mas que com o surgimento das mídias de comunicação móvel, tem aumentado a participação de pessoas espalhadas pelo mundo todo nos processos de coleta de dados e distribuição de notícias. “Além disso, o desenvolvimento das mídias sociais tem facilitado este sistema de participação nas notícias.” Pavlik (2014, p.165) ainda relata que:

Cidadãos equipados com smartphones se tornarão, no século XXI, repórteres continuamente engajados, capturando com seus telemóveis fotografias e vídeos de notícias que acabam de acontecer. Este conteúdo gerado por usuários se tornou tanto um complemento quanto um concorrente à coleta de notícias tradicional e profissional.

David (2018) completa que as mídia-sociais têm impulsionado esta participação e hoje os cidadãos tornam-se repórteres, utilizando as plataformas *Youtube*, *Facebook*, *Twitter*, entre outros, para partilhar suas notícias. A autora ressalta que, em termos de quantidade, o conteúdo midiático produzido pelos cidadãos é avassalador devido às ferramentas com um preço baixo no mercado e de fácil usabilidade com conectividade constante.

Para Dourado (2010, p.5), o jornalismo deixa de ter mão única para se tornar um processo em que as barreiras entre produtores e consumidores de informação desaparecem e o jornalista perde a exclusividade da construção e transmissão de notícias. “As pessoas tiram do bolso uma máquina fotográfica ou celular com câmera, registram os acontecimentos e os disponibilizam para o mundo pela Internet em relatos, fotos, áudios e vídeos”.

Porém, David (2018) atenta que é preciso ter cuidado na divulgação das notícias pelo fato de a maioria dos jornalistas cidadãos não possuir treinamento profissional em apuração e redação de notícias, resultando em alguns erros e problemas de comunicação e ética, mas também um viés de relacionamento. Essa consequência será de grande importância para a criação do aplicativo, portanto ela também se faz presente dentro do Jornalismo Colaborativo.

### 3.4 Jornalismo Móvel

O jornalismo móvel nasce da convergência nos modos de consumo de informação. Essa convergência, desde a década de 1970 vem sendo abordada sob diferentes perspectivas, sendo elas tecnológicas, cultural, empresarial e em âmbitos diversos da comunicação. (BARBOSA, 2013, p.34)

Ainda segundo Barbosa (2013), nos anos 1990, o digital passa a ser matriz predominante, se expandindo ainda mais com as melhorias das conexões de redes, dos computadores, do surgimento da web e das melhorias da infraestrutura de acesso, chegando até a atual fase da ubiquidade das tecnologias e dispositivos móveis. Assim, desenha-se um novo comportamento dos meios noticiosos. O jornalismo tem convivido com esse avanço e acompanhado o surgimento de novos meios, nos quais estão se adaptando e criando rotinas de produção. Barbosa (2013, p.38) aponta que:

No processo de expansão desencadeado a partir do século XIX, a tecnologia sempre foi um fator preponderante para o aprimoramento dos procedimentos da produção jornalística, do trabalho dos profissionais, da oferta informativa, dos modelos dos produtos e dos formatos dos conteúdos, assim como permitiu vencer distâncias para que a velocidade de circulação das notícias pudesse superar barreiras geográficas e temporais e chegar até o público, satisfazendo as necessidades de informação da sociedade.

Nesse contexto, os smartphones e tablets surgem como agentes para a produção, publicação, distribuição, circulação e consumo de conteúdos jornalísticos em multiplataformas.

Para Scolari (2016), “A convergência dos dispositivos móveis e do acesso à internet fez com que surgisse a comunicação móvel, centro dos processos de convergência cultural contemporâneos.” Neste caso, pode-se considerar os celulares como propulsores da convergência jornalística.

Os aplicativos estão inseridos nesse novo contexto de reconfiguração da produção jornalística. Para Lins (2016), a notícia tem circulado de maneira diferente, e, com isso, os aplicativos facilitam o consumo de informação por serem práticos e atrativos.

Isto possibilitou que os jornalistas e a sociedade usufríssem dos canais de comunicação a favor da notícia e informação. Silva (2009) afirma que, com a junção

de funções em um aparelho, o smartphone ou o conjunto de tecnologias móveis se transformam em uma plataforma móvel ideal para praticar as atividades jornalísticas.

Dessa forma, percebe-se que o jornalista passou a utilizar o *WhatsApp* nas redações e como meio de produção de notícia. Entende assim que os smartphones podem oferecer também ao cidadão as ferramentas necessárias para produzir e distribuir conteúdo, assim como fazem os jornalistas. Com isso, existe a possibilidade de qualquer pessoa com um celular em mãos possa colaborar enviando materiais que podem ser utilizados como pauta para notícias.

Para Santos e Behs (2016, p.5),

A notícia acontece em tempo contínuo e em diferentes locais. Os repórteres, à frente dos jornais na captação de informações, nem sempre têm a possibilidade de estar próximos ao fato. A ubiquidade incrustada nos materiais compartilhados pelos milhares de atores online veio a contribuir com os veículos. Em vez de usarem os profissionais e recursos para capturar imagens e relatos, as empresas contam com a participação voluntária dos cidadãos.

Desse modo, as redes sociais criaram o elo entre o colaborador e os jornalistas, já que, genuinamente, as redes sociais possuem um teor de relação de proximidade entre as pessoas.

O *WhatsApp* por sua vez, como meio de envio de mensagens, criou uma relação de colaboração entre cidadãos e jornalistas, visto que sendo um aplicativo de celular, com acesso à internet, o usuário fica munido a cobrir um acontecimento na hora que acontece.

Dessa forma, o *WhatsApp* passou a fazer parte da rotina produtiva dos jornais gradualmente a partir de 2013, o pioneiro na utilização do aplicativo no Brasil foi o jornal carioca *Extra*:

Dentro da realidade jornalística, o app possui grande aplicabilidade no campo do jornalismo colaborativo. O primeiro a fazer uso dessa nova ferramenta foi o *Extra*, do Rio de Janeiro. Em junho de 2013, o jornal inovou ao disponibilizar um número de *WhatsApp* para que leitores enviassem sugestões de pauta e informações que pudessem virar conteúdo informativo no veículo. De acordo com o portal *Meio e Mensagem*, [...] em cerca de seis meses, o jornal já havia recebido mais de 10 mil fotos e 100 mil mensagens. (FERREIRA, 2014, p.52)

Das diferentes mídias utilizadas pelo jornalismo na web, as redes e o *WhatsApp*, reformulam a forma de produção jornalística.

Uma vantagem em utilizar o *WhatsApp* é por ele ser um canal direto com o usuário, o que promove a facilidade de apuração, no caso é imediata por já possuir o contato em mãos. A etapa e técnicas de apuração aplicadas são como todas as outras. Como desvantagem pode ser apontado o fato de 'esperar' pela notícia para começar a produzir um trabalho.

Outra rede social que assim como o *WhatsApp* sendo utilizada em diversas redações, temos o Instagram. O Instagram, rede social em ascensão ano após ano, se consolida como uma das principais redes sociais da atualidade. Dessa forma, tende a ser também apropriada para o jornalismo.

O Instagram tem características e funcionalidades que permitem a prática jornalística. O fato de a rede social ser consumida e abastecida por conteúdo, em sua maioria, imagético, faz alusão e cria um espaço para o fotojornalismo. O Instagram *Stories*, por sua vez, permite uma transmissão rápida, imediata e curta de informações. Premissas que podem ser encontradas no comportamento de leitores de conteúdo digital.

É possível ainda interligar características do Webjornalismo como a instantaneidade e multimídia dentro de um perfil no Instagram. Além da interatividade, que marca a 4<sup>o</sup> geração do Webjornalismo.

Empresas, instituições e meios de comunicação que possuem necessidade de estar em contato direto com o público presente na web precisa estar ligado aos novos meios, e assim, conectar-se. Alguns dos principais jornais do país, como a Globo, a Folha de S. Paulo e o Estadão estão presentes nas redes sociais. Isso mostra o quanto é importante acompanhar a convergência das mídias.

Neste sentido, Canavilhas (2012) afirma que os meios de comunicação têm procurado incentivar a participação dos cidadãos através de diferentes práticas, potencializando a natureza colaborativa da Web. Assim, os leitores podem participar ativamente, como afirma Canavilhas (2010, p.270):

Comentar notícias, participar em fóruns, responder a inquéritos, atualizar blogs, contribuir para a realização de entrevistas coletivas, partilhar conteúdos nas redes sociais, enviar fotos, vídeos e textos para publicação no próprio espaço do jornal, são algumas das formas de participação que os leitores encontram em grande parte dos media online.



Os aplicativos de notícias estão emplacando seus novos modelos de produção e, por isso, criando sua própria personalidade para atender à demanda de conteúdo atualizado, seguindo a velocidade de acesso aos aplicativos.

Os aplicativos jornalísticos seguem lógicas peculiares, têm estrutura visual específica e design jornalístico próprio. Visam à produção direcionada às características e necessidades do suporte, das tecnologias e das interfaces utilizadas. Não comportam, portanto, apenas a replicação de dados dos suportes mais antigos, ou tímidas adaptações. Exigem atenção particular às suas singularidades. (BELOCHIO; BARICHELLO; ARRUDA, 2017, p.20)

Noticiar através dos dispositivos móveis por meio de um aplicativo de notícias engloba características do webjornalismo que são colocadas em prática. Esse meio traz à tona a ubiquidade como um dos fatores principais. O jornalismo tem a necessidade de se adaptar a essas novas demandas.

Silva (2015, p.24) entende que “os aplicativos são a ponte para otimização do trabalho de forma mais flexível, demandando uma lógica atualizada com os princípios da computação ubíqua”.

O jornalismo adquiriu novos formatos e diante disso uma nova forma de produzir e consumir conteúdo. A mobilidade criou dentro do jornalismo a necessidade de implantação de tecnologias no meio da produção. Dentro das redações, segundo Silva (2015, p.47), o trabalho em mobilidade por parte dos repórteres nas organizações jornalísticas tem ocorrido por meio da transformação de tecnologias móveis em plataformas de produção como as incorporadas na rotina diária. Essas rotinas diárias implicam tanto nas redações como no comportamento do leitor em relação à mobilidade. A comunicação móvel cria uma experiência espacial, local e global ao mesmo tempo, caracterizada por uma conectividade ubíqua (CASTELLS, 2007, p.272).

Quando se fala em jornalismo móvel e conectividade, depara-se com dois sistemas. “A construção desse mundo móvel e suas dimensões se constitui em elemento pertinente para pensar o jornalismo móvel com a natureza da mobilidade física e da mobilidade informacional”. (SILVA, 2015 p.9). Para definir jornalismo móvel, Silva (2015, p.11) o analisa como um todo:

Definimos, assim, na perspectiva da produção, o jornalismo móvel como a utilização de tecnologias móveis digitais e de conexões de redes sem fio pelo repórter na prática jornalística contemporânea visando ao desenvolvimento das etapas de apuração, produção e distribuição de conteúdos do campo ou de transmissão ao vivo. Nesta instância, o conceito dialoga com esse processo de convergência jornalística em curso nas organizações e com a expansão da mobilidade. Grosso modo, jornalismo móvel digital incorpora o “móvel” de mobilidade e o “digital” da digitalização do aparato técnico utilizado para conferir um rearranjo às rotinas produtivas no jornalismo e ao consumo de notícias.

O jornalismo móvel reconfigura as características do jornalismo desde a rotina de produção ao consumo da notícia. Dessa forma, surgem novos formatos e meios, como em questão, os aplicativos de notícia.

### 3.5 Aplicativo de Notícias

Como citado anteriormente, o webjornalismo encontra-se na sua quinta geração com foco em dispositivos móveis. No Brasil, de acordo com dados de 2018 da Associação Nacional de Jornais (ANJ) e da Associação de Diários do Interior (ADI Brasil), que reúnem 224 veículos, sendo 101 de grande porte associados a ANJ e 123 de pequeno e médio porte associados a ADI Brasil. Destes, apenas 55 jornais da ANJ e oito da ADI Brasil possuem algum tipo de aplicativo móvel, o que representa apenas 28,13% dos veículos associados.

Ainda segundo a ANJ, dos 55 veículos com aplicativo, 32 disponibilizam a versão digital do formato online e 23 oferecem atualizações de notícias em tempo real. Por outro lado, os oito aplicativos dos diários associados a ADI Brasil, oferecem as duas versões.

Neste sentido, Satuf (2015) afirma que um dos motivos dos aplicativos terem se tornado uma poderosa ferramenta é:

Ao contrário dos agregadores desenvolvidos para computadores, que pressupõem certa fixidez temporal e espacial do usuário, os apps potencializam o fenômeno da agregação de conteúdos ao permitirem uma integração absoluta com a rotina ordinária das pessoas (SATUF, 2015, p.7)

Lorenz (2014) relata que autores da *Harvard Business Review* afirmam que para “manter os clientes para sempre”, a personalização é um caminho, tendo em vista as necessidades individuais de cada um. E complementa:

Uma estratégia de personalização deve ir mais longe do que apenas redesenhar a superfície ou mudar o que se apresenta, como conceitos relativamente novos de pré-seleção. Funciona basicamente assim: apoiado no tempo e nas necessidades do utilizador, o conteúdo adapta-se. (LORENZ, 2014, p.140)

O usuário pode *logar* com seu perfil do Facebook ou Twitter (em alguns casos pode ser utilizado o LinkedIn) e, através das métricas, terão notícias direcionadas de acordo com seu interesse de leitura. Outra possibilidade é a integração desses aplicativos com as redes sociais. (LINS, 2016, p.63)

Amarante (2018) aponta que os investimentos dos mercados de aplicativos são direcionados de acordo com o comportamento dos usuários.

A potencialidade do consumidor de apps está na valorização da individualidade, no gosto pessoal e na conectividade. O rastreamento da localização através de GPS integrado nos aparelhos aliado às informações pessoais que cada empresa traça sobre o perfil do usuário passam a ser usados como filtros de personalização. (AMARANTE, 2018, p.7)

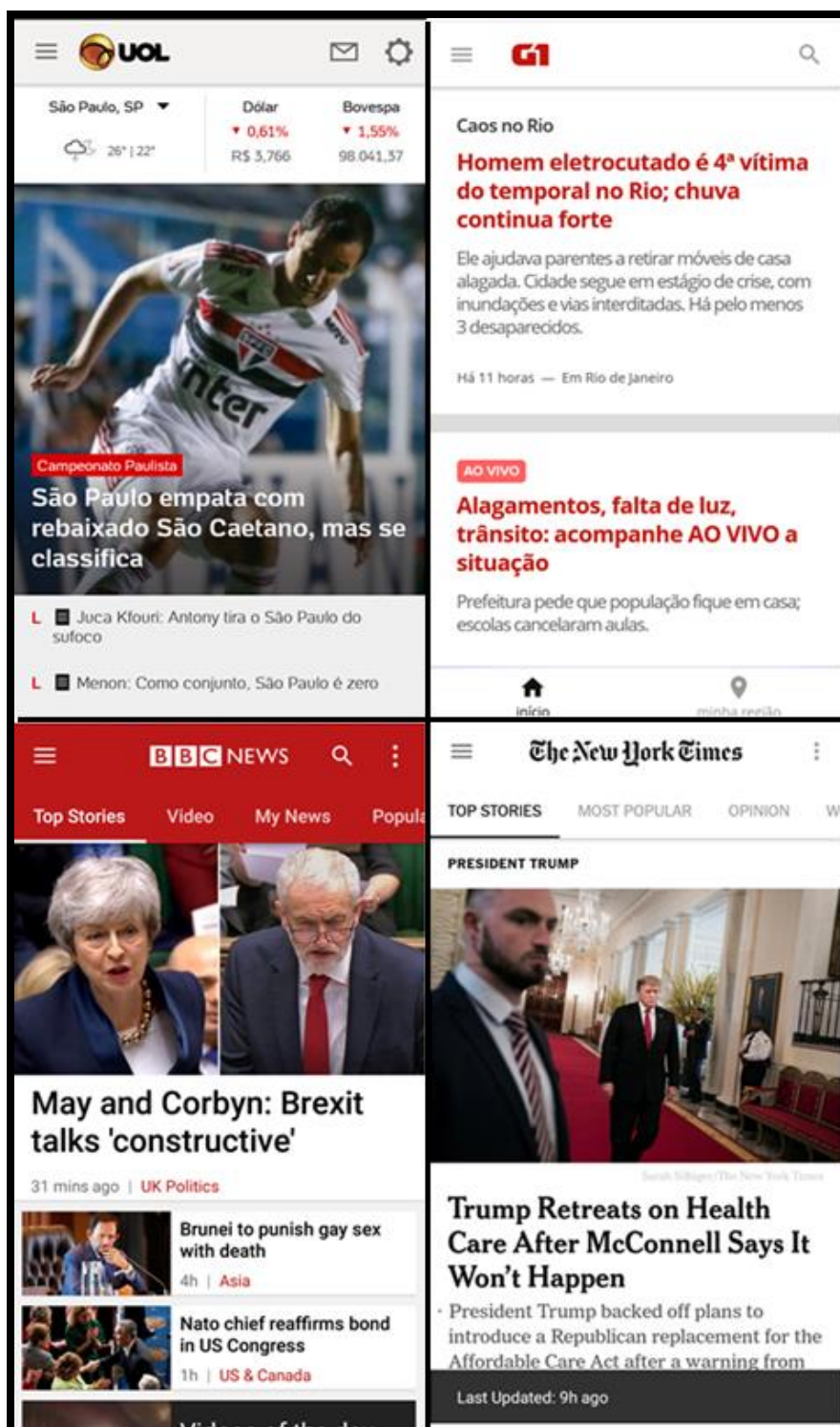
Em se tratando de personalização no jornalismo online, Lorenz (2014) afirma que é necessário desafiar as visões tradicionais.

[...] a atenção é uma boa forma de chegar ao conteúdo? Quando toda a gente se concentra na atenção, isso afeta a maneira como o conteúdo é produzido. Títulos apelativos podem fazer a diferença, mas é questionável se o conteúdo fica melhor por isso. A sugestão é concentrar-se num aspecto diferente do consumo de notícias: a confiança. (LORENZ, 2014, p.139)

Os aplicativos facilitam o consumo de informação por se mostrarem práticos e atrativos. Mesmo quando o usuário está diante de um outro meio, os dispositivos móveis continuam sendo suporte de mídia, criando multitelas. Para Rangel (2014), “multitelas estão nas mãos dos indivíduos permitindo que interajam, criem, critiquem e opinem sobre o que estão consumindo”.

Quanto ao *design* e *layout*, os aplicativos de notícias, em geral, possuem na tela inicial os títulos das notícias, uma linha fina e as fotos que ilustram cada uma. Tanto nos aplicativos nacionais UOL e G1, quanto nos estrangeiros, o inglês BBC News e o americano The New York Times, analisados pelo grupo (Figura 1), é possível perceber que possuem as mesmas características.

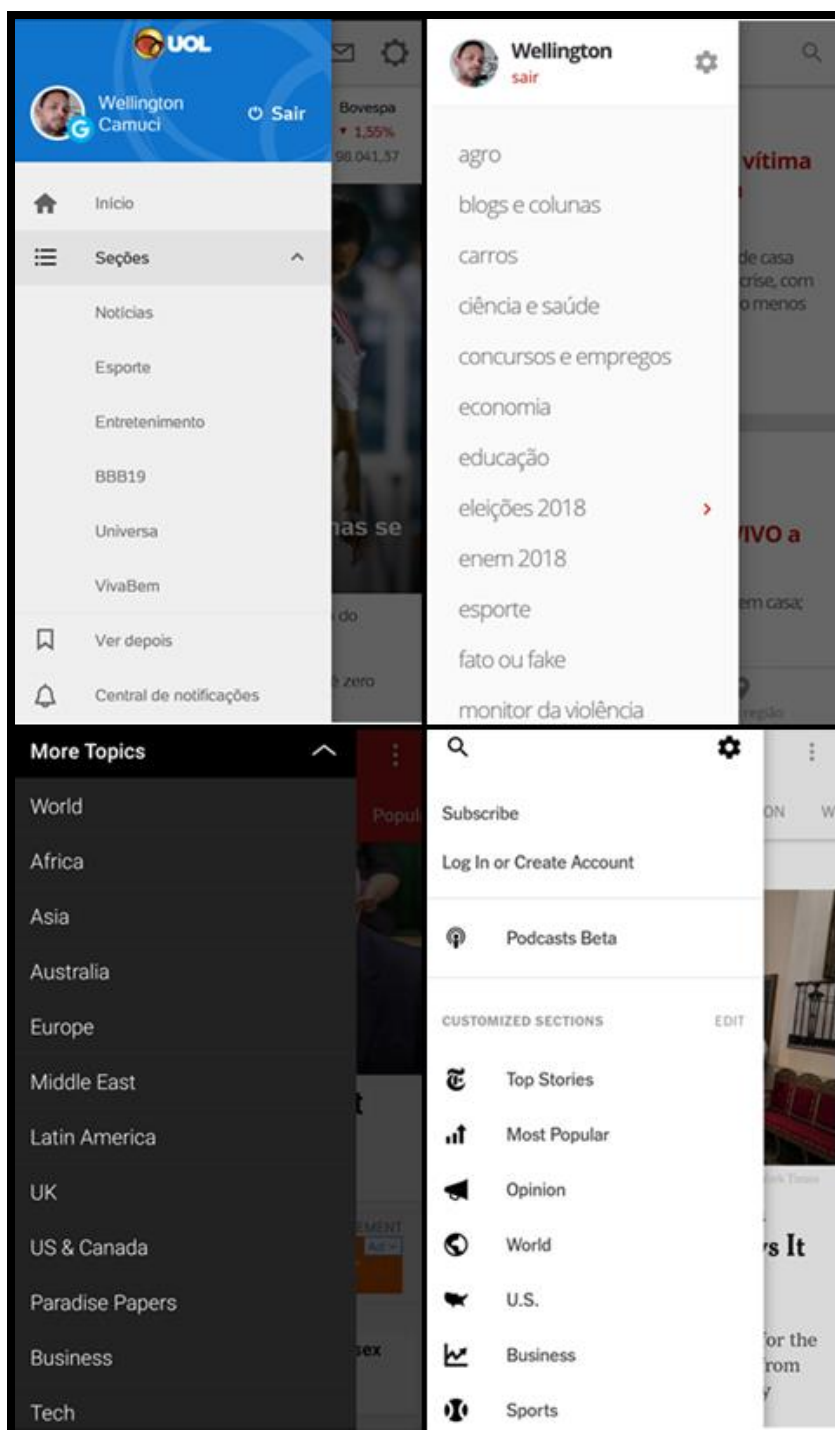
Figura 1 – Tela inicial dos aplicativos UOL, G1, BBC News e The New York Times



Fonte: Montagem com capturas de tela aplicativos UOL, G1, BBC News, The New York Times. Acesso em: 20 mar. 2019.

Outras funcionalidades em comum entre eles, é a presença de menu oculto que subdivide as notícias por seções ou editorias (Figura 2).

Figura 2 – Tela de menu aplicativos UOL, G1, BBC News e The New York Times



Fonte: Montagem com captura de tela dos aplicativos UOL, G1, BBCNews, The New York Times. Acesso em: 20 mar. 2019.

Outro ponto importante quando se trata de aplicativo, em relação ao usuário são as notificações *push*, no caso dos aplicativos de notícia, chamados de *push news*. Amarante (2018, p.8) relata que:

Ao analisar as modificações tecnológicas nos meios de comunicação é comum uma tendência de associação das características nativas da tecnologia, também referenciadas na literatura como *affordances*, à indução de inovações, principalmente quando esses recursos conseguem oferecer novas soluções nas maneiras de utilização dos objetos aplicados ao jornalismo. Nesse sentido, uma das características dos aplicativos é o uso da tecnologia *push* para notificações aos usuários.

Embora o envio de alertas noticiosos não seja novidade, sendo feito através de e-mails desde a década de 1990, não havia uma preocupação em oferecer uma seleção de conteúdo. Assim, se aplica a tradução literal de “empurrar” as notícias. As notificações *push* são utilizadas pelos seletores de notícias para chamar a atenção da audiência para os fatos e trazem uma breve introdução da notícia (Figura 3).

Figura 3 – Notificações push



Fonte: Captura de tela notificações.  
Acesso em: 01 abr. 2019.

A jornalista Lívia Marra<sup>5</sup> relata que o jornal Folha de S. Paulo utiliza as *pushs* para notificar o usuário sobre os fatos mais importantes. “A gente tem que selecionar, pensar o que tem de mais importante, o que é relevante, para mandar essa notificação.” Ela relata que não existe número fixo de notificações, “[...] quando tem notícia mais quente, enviamos mais notificações, um dia mais calmo, menos notificações”.

Para Mello *et al.* (2015, p.94), “Esses alertas são o início da cadeia de acompanhamento – se o usuário assim o quiser”. Ainda, segundo os autores:

Servem como avisos de grandes acontecimentos para situar leitores: se a interação com os próprios aplicativos já é feita em um contexto rápido, os alertas atuam como a potencialização dessa situação, resumindo o acontecimento em uma frase e abrindo a possibilidade para o acompanhamento em outras plataformas.

Estes alertas são utilizados para chamar a atenção do usuário. Com mensagens curtas, também permite uma integração com a informação e uma fragmentação da maneira de consumir conteúdo.

---

<sup>5</sup> Entrevista concedida por Lívia Marra, jornalista e redatora da Homepage do Jornal Folha de São Paulo, São Paulo, 05 abr. 2019.

## 4 JORNALISMO COLABORATIVO

Para o desenvolvimento do aplicativo de notícias foi utilizado o jornalismo colaborativo, também conhecido como Jornalismo de Fonte Aberta, *Open Source*, entre outras terminologias.

O jornalismo de fonte aberta é aquele em que o público é o principal agente na produção de conteúdo, seja enviando-o em forma de artigos, notícias, comentários e críticas seja simplesmente constituindo uma fonte coletiva e aberta de informação e opinião utilizada por jornalistas profissionais. Mais ainda, a participação do público não só valoriza as mensagens através de comentários e perspectivas divergentes, mas chega a formatar o noticiário e até mesmo a definir a edição do site. (HOLANDA, 2007, p.49).

Este modelo de contribuição para a construção da notícia não é novidade. Almeida (2014) acredita que a prática de produção colaborativa surgiu junto com a origem da imprensa, porém o campo jornalístico se dedicou a compreender melhor essa prática a partir da década de 90, com a expansão da internet.

Apesar do primeiro registro histórico de práticas colaborativas de elaboração de notícias datar do século XVII, quando o jornal norte-americano *Publick Occurrences Both Forreign and Domestic* passou a incluir quatro páginas em branco em sua edição com o intuito de permitir aos leitores escrever e compartilhar as suas próprias informações, a internet vai proporcionar experiências inovadoras para a produção colaborativa de conteúdo noticioso. (ALMEIDA, 2014, p.21)

No final do século XX, mais especificamente em 1999, o portal *Oh My News* da Coreia do Sul foi um dos primeiros veículos online na utilização do cidadão como colaborador principal. O experimento deu tão certo que cerca de 70% do conteúdo produzido pelo portal partia do “cidadão-repórter”. (PRADO, 2011)

A redação deste portal contava com jornalistas profissionais que editavam os artigos enviados pelos usuários. Estes, por sua vez, em troca da contribuição recebiam uma quantia em dinheiro oferecida pelo próprio jornal. O *Oh My News* chegou a ter 38 mil colaboradores registrados em 2005 e cerca de 700 mil acessos por dia. A exemplo deste, também surgiram outros sites que se utilizavam da notícia colaborativa como o portal *Discórdia* e o *Slashdot*. Estes, porém, não ofereciam valor pela contribuição.

Almeida (2014) ainda cita o site *Indymedia*, criado em Seattle, formado por jornalistas, militantes políticos, artistas, entre outros ativistas com o objetivo de cobrir



de forma alternativa as temáticas discutidas pela Organização Mundial do Comércio (OMC). O slogan era “Odeia a mídia? Torne-se mídia”. O autor ressalta que a produção de conteúdo colaborativo na década de 90 era restrita aos blogs. Essa plataforma permitia que qualquer pessoa, independente de conhecimento, domínio de linguagem ou técnicas, criassem seus próprios diários virtuais.

[...] a participação dos cidadãos-repórteres tornou-se necessária para os meios de comunicação de massa, principalmente em uma perspectiva de complementação do noticiário, ou seja, aproveitar o conteúdo publicado pelos leitores para preencher as lacunas onde os jornalistas profissionais não poderiam estar e a estratégia de inovação das empresas jornalísticas. (ALMEIDA, 2014, p.22-23)

Para Almeida (2014), acontecimentos como o ataque terrorista às Torres Gêmeas, no ano de 2001, em Nova York; o Tsunami, em 2004, na costa do oceano Índico; os atentados de Londres e o Furacão Katrina, nos Estados Unidos em 2005; foram fatos que impulsionaram a prática do jornalismo colaborativo.

#### **4.1 Cultura Participativa**

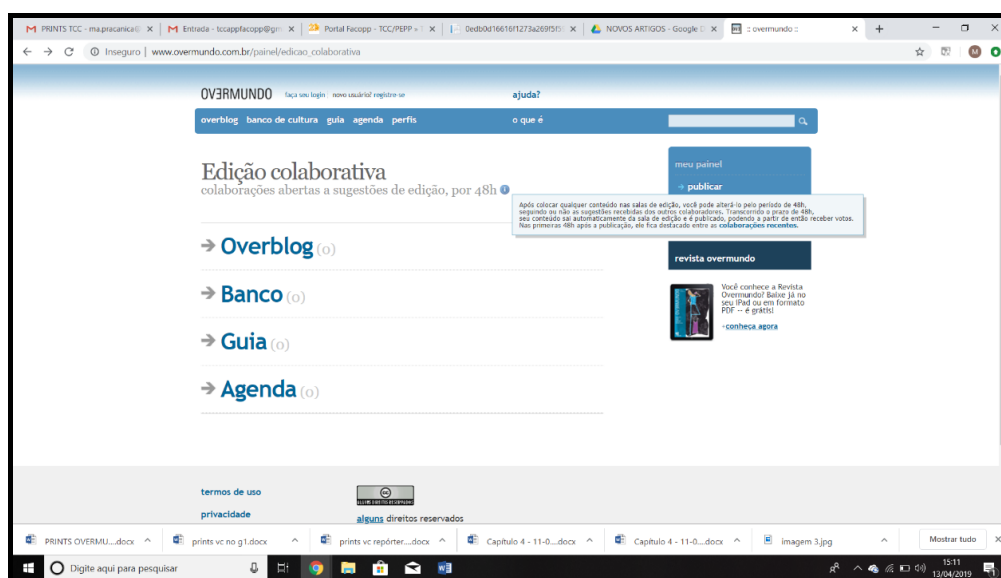
Fechine (2014) chama de cultura participativa as possibilidades de colaboração do público com a mídia. Para ela, essa cultura participativa engloba “novas práticas de uso das mídias associadas, sobretudo, ao compartilhamento, publicação, recomendação, comentários, remix e reoperação de conteúdos digitais (criados e disponibilizados em meios digitais, especialmente, na internet)”. (FECHINE, 2014, p.6)

Como já fora dito anteriormente, o jornalismo colaborativo pode ter diversas nomenclaturas na qual cada pesquisador da temática aborda o conceito de forma diferente. Porém, segundo Almeida (2014), pode-se perceber mais aproximação de um conceito para o outro do que distância.

Correia (2008) usa o termo Jornalismo Cidadão para a prática em que a pessoa, que pode ser profissional de jornalismo ou não, desempenha o papel de transmitir ou difundir informações. Para ele, essa prática só foi possível após o surgimento da internet. Na definição de Jornalismo *Open Source* o leitor pode ser construtor da notícia, com possibilidade de comentar, adicionar ou alterar informações já publicadas.

No site Overmundo (Figura 4), é possível ver esse exemplo. No campo “Edição colaborativa” dentro do site, o conteúdo fica disponível para sugestões de edição por 48 horas. Durante esse período o contribuinte pode alterar de acordo com informações de outros usuários, se for necessário. Após o prazo determinado, o conteúdo sai da sala de edição e é publicado e é possível encontrá-lo no campo “Colaborações recentes”.

Figura 4 - Página inicial e campo Edição colaborativa do site Overmundo



Fonte: Site da Overmundo. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/>. Acesso em: 12 abr. 2019

Holanda (2007) trata o *Open Source* como Jornalismo de Fonte Aberta. De acordo com ele, a colaboração tem a função de aprimorar a qualidade da informação. O público também faz parte do processo de produção e validação dos fatos. A notícia tem mais valor se resistir ou incorporar às críticas do público-alvo. Wikipédia é um exemplo de conteúdo colaborativo, ele não se aplica ao jornalismo, apenas à contribuição do usuário.

Fonseca e Lindemann (2007) conceituam como o Jornalismo Participativo e destacam que a prática pode ser feita por qualquer cidadão que redija uma matéria, envie fotos, áudios ou vídeos e sejam veiculados por meio da internet. Sbarai (2010) apresenta uma definição muito semelhante para o que chama de Jornalismo Colaborativo (nomenclatura mais usada para a prática colaborativa da notícia). Para

ele, essa forma de construir a notícia é caracterizada por conteúdo distribuído pela rede em uma plataforma informativa com princípios estabelecidos.

Já Belochio (2009) define o Jornalismo Colaborativo em redes digitais como uma modalidade comunicativa com peculiaridades marcadas pelo formato e complexidade das trocas entre jornalistas e amadores. Em contrapartida, Martins (2013) substitui a figura do autor por uma atuação coletiva distribuída em rede com diversas formas de contribuição. A essa prática ele chama de Autoria Colaborativa. E, por último, Beltrão (2008) denomina a cultura participativa como Comunicação Colaborativa, no qual usuários participam da produção de conteúdo por práticas da internet.

Apesar de a prática do Jornalismo Colaborativo ter surgido muito tempo antes do advento da internet, foi esta que possibilitou o avanço da cultura de colaboração. O avanço da tecnologia permitiu que o público se tornasse participante direto na construção da notícia como será visto adiante.

## **4.2 O Jornalismo Colaborativo no Ciberespaço**

As ferramentas tecnológicas que surgiram na segunda geração da internet, conhecida como web 2.0, facilitaram a colaboração do usuário com as mídias. Com a convergência midiática e a interação dos demais veículos de comunicação, se tornou muito comum a participação do cidadão como colaborador da notícia. Muitas emissoras de TV, rádio e impressos possuem em seus sites um campo específico para que o usuário envie suas sugestões e contribuições.

Segundo Almeida (2014), o movimento de software livre criado em 1984 por Richard Stallman, foi o ponto inicial da definição operacional do Jornalismo Colaborativo.

A proposta do software livre era de abrir o código-fonte para a análise e modificações por parte de qualquer utilizador, aprimorando desta forma a usabilidade do programa. Além dos aspectos tecnicistas, o movimento trouxe consigo a luta pela liberdade, compartilhamento de conteúdo e a colaboração como processo produtivo, em substituição ao individualismo. (ALMEIDA, 2014, p.65)

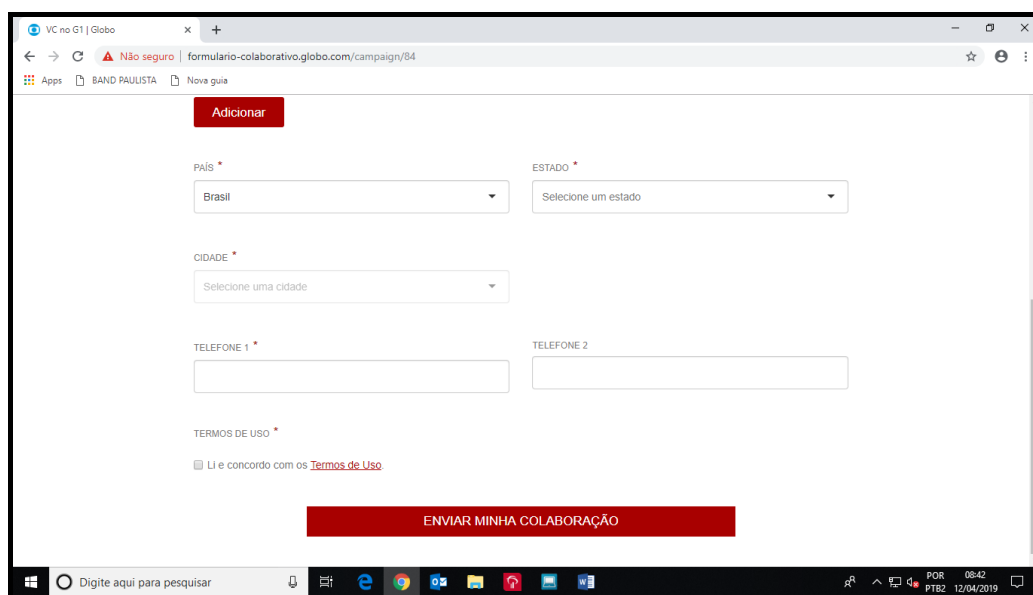
O pesquisador acrescenta que, além do software livre, outros três elementos foram identificados para a compreensão do conceito de Jornalismo Colaborativo. O primeiro foi a extensão do *mass media* para a web, no qual houve um aumento no

fluxo de mensagens, possibilitando a criação de um sistema eletrônico de maior comunicação interativa. O segundo tópico foi a liberação do polo emissor, que os cidadãos tiveram acesso mais fácil às tecnologias para produção e veiculação de conteúdo. E o terceiro elemento foi o desenvolvimento da cultura participativa. A transformação do público em coautor dos conteúdos e o fortalecimento da interação entre os mídia e seu público.

Almeida (2014) também estrutura o Jornalismo Colaborativo em três níveis que não precisam necessariamente ser hierárquicos. O nível de acesso parcial no qual são limitadas as possibilidades de colaboração e acontecem durante a construção da notícia. Exemplos desse tipo de jornalismo colaborativo são as sessões VC no G1 ou VC Repórter, do Terra. Ambas as sessões são específicas dentro do site para a contribuição do usuário.

Para o usuário poder contribuir no VC no G1 é preciso primeiramente criar uma conta no site ou então logar com o Facebook (Figura 5).

Figura 5 – Cadastro de colaboradores VC no G1

A imagem mostra uma captura de tela de um navegador web acessando o endereço [formulario-colaborativo.globo.com/campaign/84](http://formulario-colaborativo.globo.com/campaign/84). O formulário de cadastro contém os seguintes elementos: um botão vermelho "Adicionar" no topo; campos de seleção para "PAÍS" (com "Brasil" selecionado) e "ESTADO" (com o texto "Selecione um estado"); um campo de seleção para "CIDADE" (com o texto "Selecione uma cidade"); campos de texto para "TELEFONE 1" e "TELEFONE 2"; e um campo "TERMOS DE USO" com uma caixa de seleção marcada e um link para "Termos de Uso". No rodapé do formulário, há um botão vermelho "ENVIAR MINHA COLABORAÇÃO". A barra de endereço do navegador indica "Não seguro" e o sistema operacional Windows é visível na base da tela.

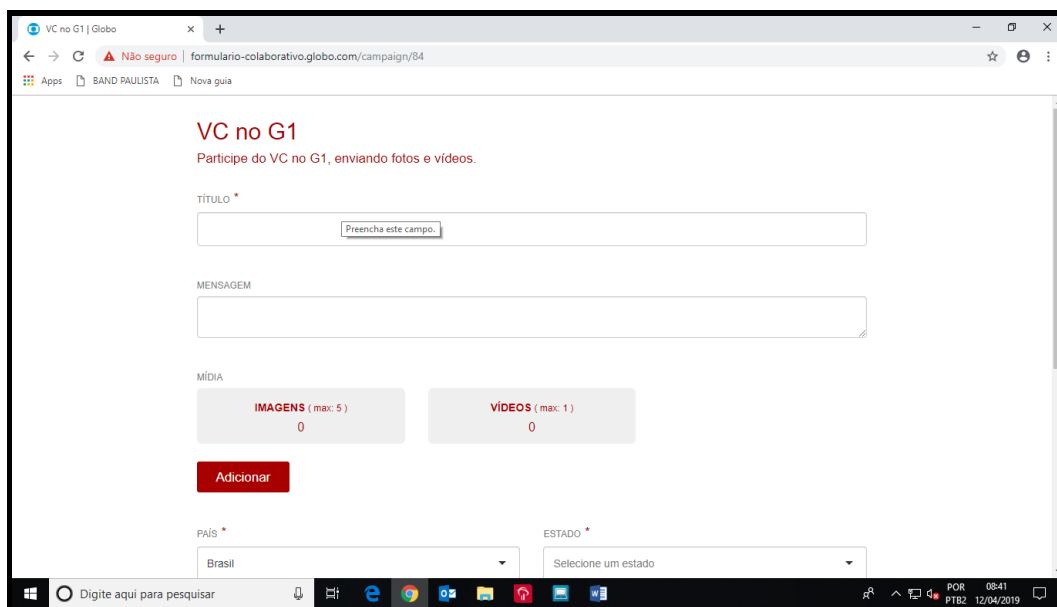
Site do G1. Disponível em: <http://formulario-colaborativo.globo.com/campaign/84>.

Acesso em: 12 abr. 2019

Fonte:

Em seguida, o colaborador é direcionado para a página onde preenche título, mensagem, local, telefones para contato e anexa foto e vídeo (Figura 6).

Figura 6: Campo de colaboração VC no G1



The image shows a web browser window displaying a form titled "VC no G1" (Video Collaboration on G1). The form is for participating in a video collaboration by sending photos and videos. The form fields include:

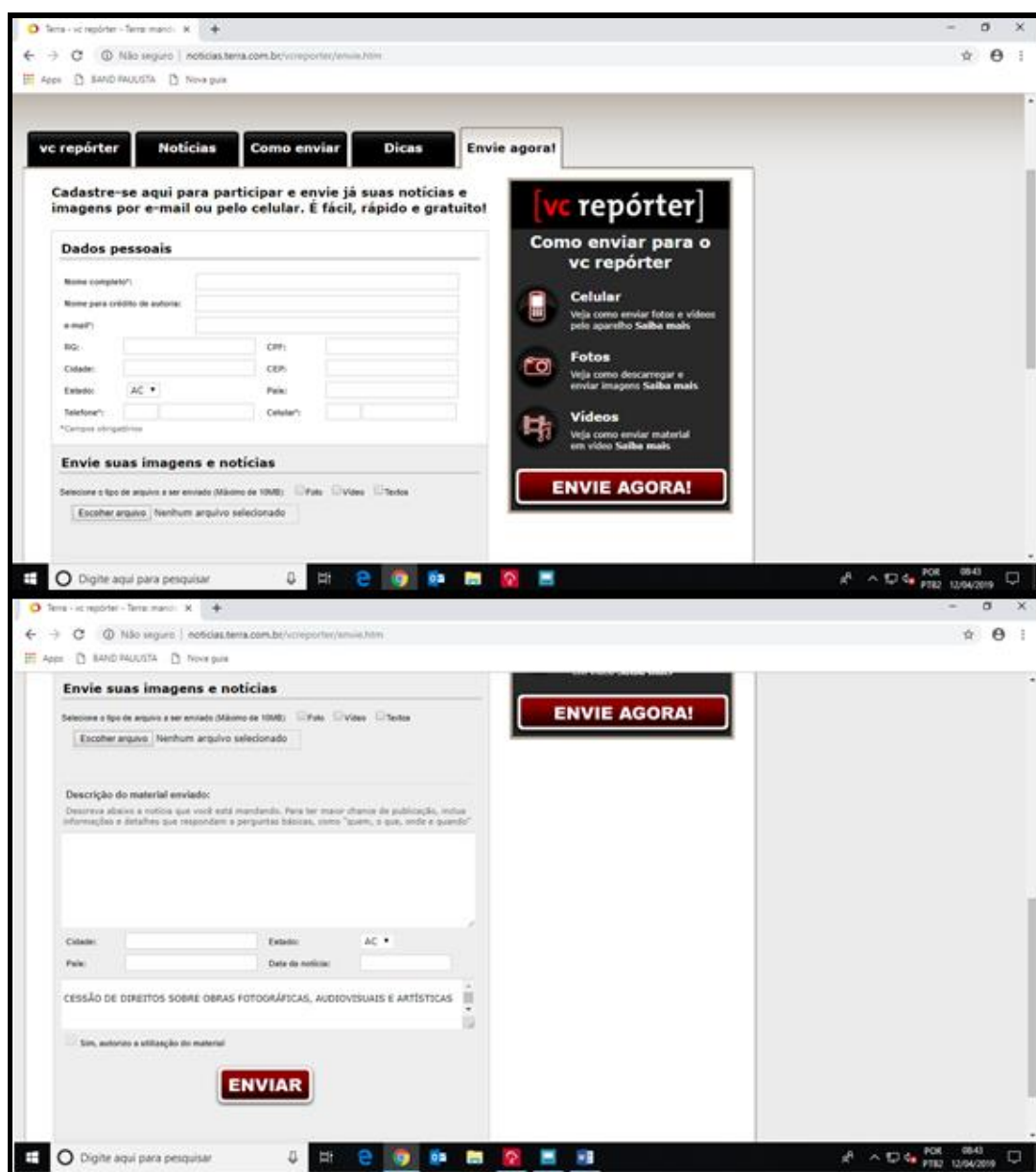
- TÍTULO \***: A text input field with a placeholder "Preencha este campo."
- MENSAGEM**: A larger text area for a message.
- MÍDIA**: Two buttons for adding media: "IMAGENS (max: 5)" with a count of 0, and "VÍDEOS (max: 1)" with a count of 0. Below these is a red "Adicionar" button.
- PAÍS \***: A dropdown menu currently showing "Brasil".
- ESTADO \***: A dropdown menu with the text "Selecione um estado".

The browser's address bar shows the URL "formulario-colaborativo.globo.com/campaign/84". The Windows taskbar at the bottom indicates the date and time as "POR 08:41 12/04/2019".

Fonte: Site do G1. Disponível em: <http://formulario-colaborativo.globo.com/campaign/84>. Acesso em: 12 abr. 2019

Semelhante ao G1, o site Terra possui o VC Repórter onde o usuário tem a possibilidade de, após um cadastro, participar colaborativamente da produção de conteúdo. (Figura 7)

Figura 7 – Espaço de colaboração VC Repórter, do Terra



Fonte: Montagem de tela site Terra. Disponível em: <http://vcreporter.terra.com.br/envie- agora>. Acesso em: 12 abr. 2019

No nível de acesso total, o cidadão tem toda liberdade na produção do “código-fonte”, como por exemplo, plataformas como o Centro de Mídia Independente (CMI). A forma de contribuição do CMI Brasil é feita em forma de envio de textos dos colaboradores por e-mail. Dentro do site possui o campo Seja Voluntário (Figura 8) no qual explica o que é o Centro de Mídia Independente, como se organiza e quais são os projetos. Uma vez que o usuário já conhece a organização, é dado a ele a possibilidade de se tornar um colaborador.

Figura 8 – Campo Seja Voluntário do site Centro de Mídia Independente

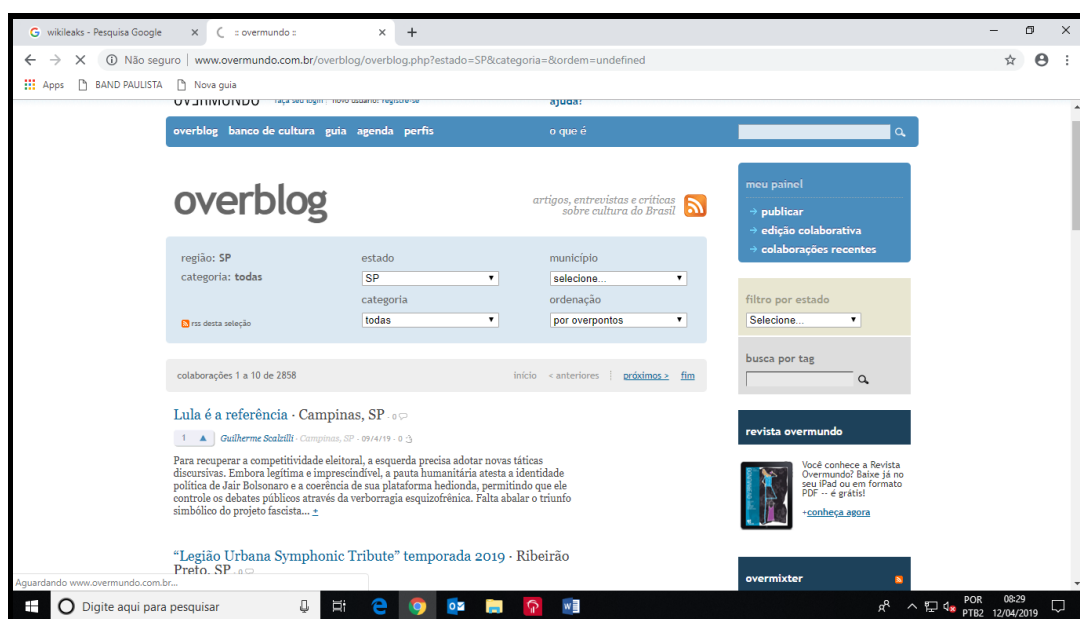


Fonte: Site Centro de Mídia Independente (CMI Brasil). Disponível em: <https://midiaindependente.org/?q=voluntario>. Acesso em: 12 abr. 2019

E, por último, o nível rizomático ou em rede, cujas características são: mineração de dados, hackeamento, ranqueamento e apuração. Overmundo é um exemplo de plataforma desse tipo. Eles podem alterar de um nível para outro dependendo da necessidade de cada iniciativa. (ALMEIDA, 2014)

Para colaborar com o Overmundo, assim como no VC no G1, também é preciso criar um login com informações básicas como nome, localidade, e-mail, etc. Porém, um diferencial é que o usuário pode colocar sua assinatura, ou seja, o nome que quer usar para exibição no site. Dentro do campo “Edição Colaborativa”, o usuário pode escolher qual o campo, Overblog, Banco, Guia e Agenda (Figura 9) no qual quer enviar sua contribuição.

Figura 9 – Definindo categoria e localização no site Overmundo



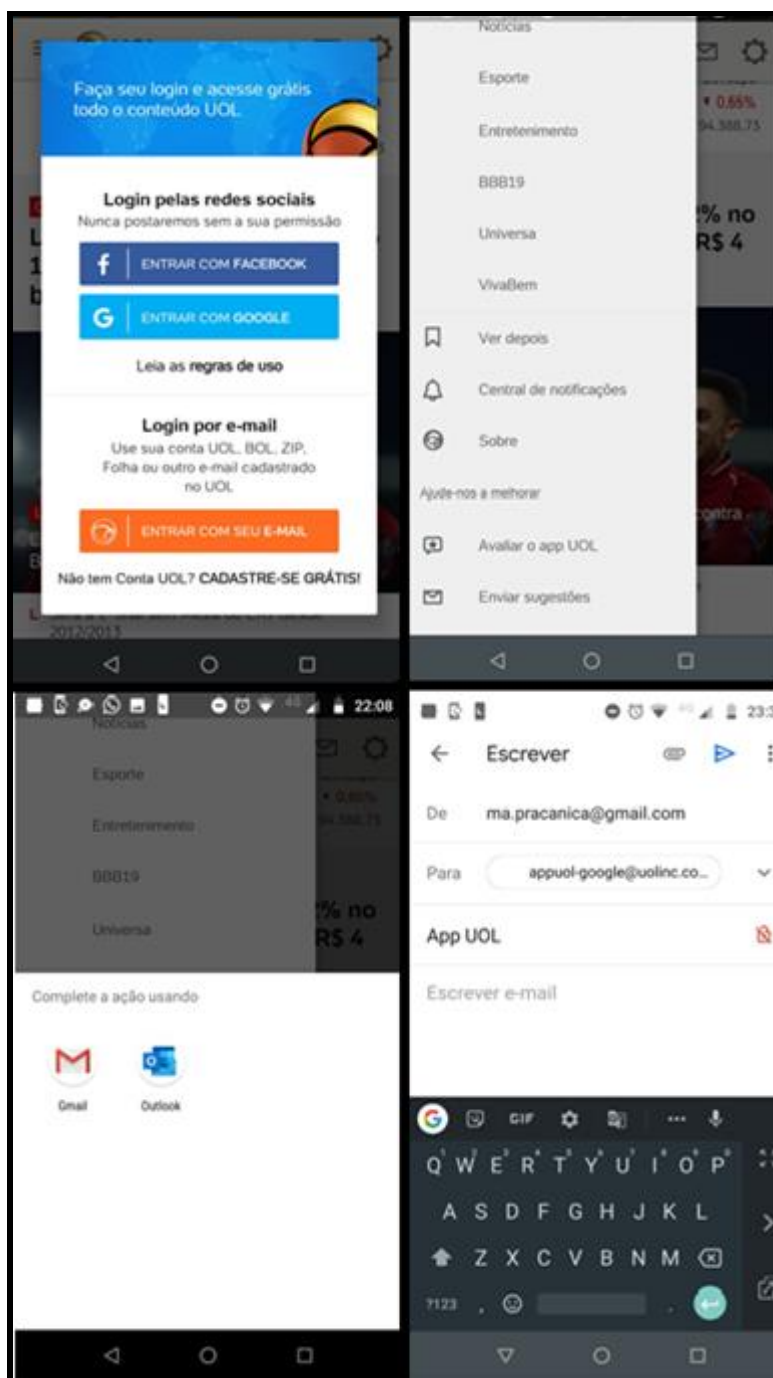
Fonte: Site Centro de Mídia Independente (CMI Brasil). Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/overblog/overblog.php?estado=SP&categoria=&ordem=undefined>. Acesso em: 12 abr. 2019

Escolhido o campo no qual será publicado o conteúdo, o próximo passo do usuário é definir a categoria, que funciona como uma editoria, e a localização que pode ser nível municipal, estadual, país ou mundo. Também, como foi citado anteriormente, existe a possibilidade de edição do conteúdo em até 48h com base em novas informações adquiridas pela sugestão de outros usuários.

Quanto aos aplicativos móveis, a forma de colaboração também pode mudar de um site para outro. No caso do UOL, o primeiro passo para ter acesso ao conteúdo é criar um login que pode ser feito pelo Facebook, Google ou por meio das contas de e-mail UOL, ZIP ou BOL, todas vinculadas ao site. Na barra de menu existe o campo “Enviar sugestões”. Ao clicar nessa área, o usuário é direcionado à conta de e-mail que deseja utilizar para enviar a sugestão (Figura 10).



Figura 10 - Aplicativo de notícia UOL e forma de colaboração



Fonte: Montagem com captura de tela do aplicativo UOL.  
Acesso em: 07 mai. 2019.

Já para o aplicativo do jornal Folha de S.Paulo o cadastro do colaborador é realizado somente com o envio da contribuição. Para isso, o internauta deve acessar o “Painel do Leitor”, que é localizado na barra de menu. Dentro deste campo existe o espaço “Entre em contato com a Folha”. Este campo direciona o usuário para os canais de comunicação disponibilizados pelo jornal (Figura 11).

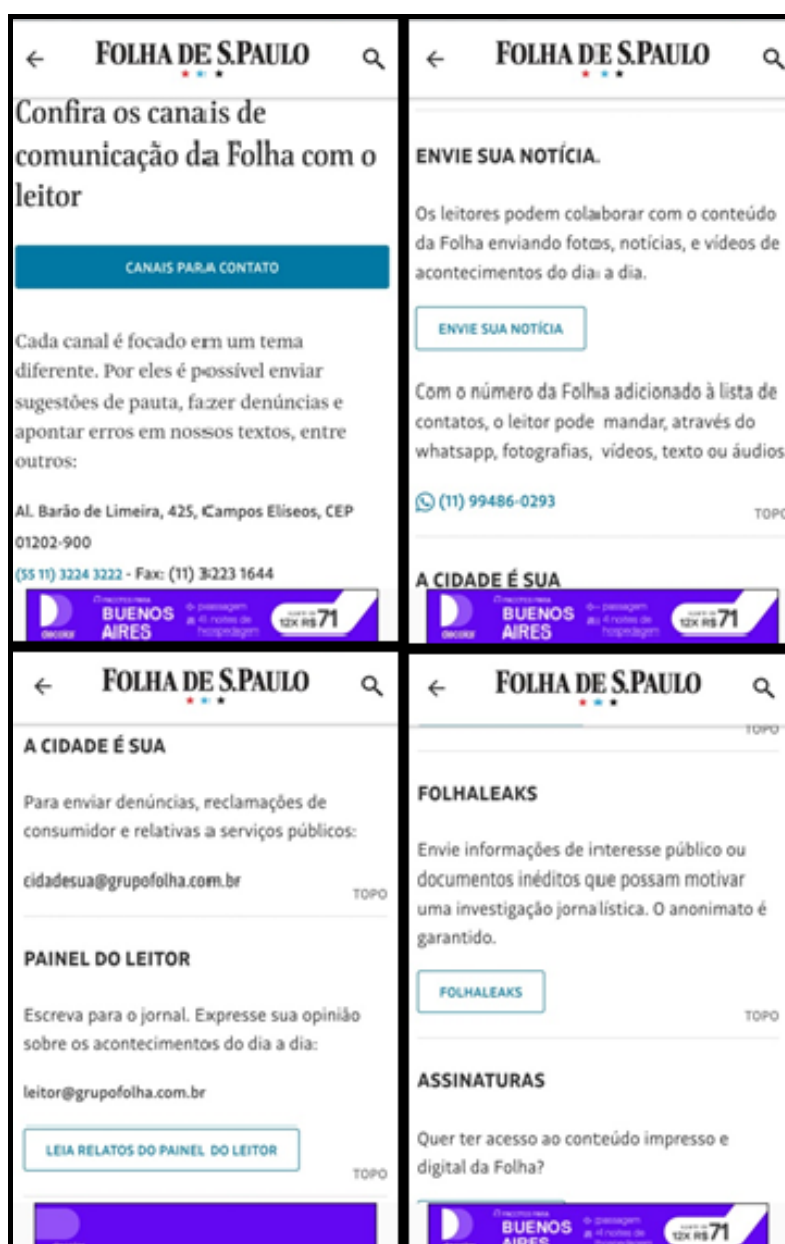
Figura 11 – Espaço painel do leitor Folha de S.Paulo



Fonte: Montagem com captura de tela do aplicativo Folha de São Paulo. Acesso em: 07 mai. 2019.

Após clicar em “Entre em contato com a Folha” (Figura 12), são apresentados ao usuário as diversas formas de contribuição disponíveis no qual é fornecido endereço, e-mail e números de telefone e WhatsApp do jornal. Também existe a possibilidade de anexar arquivos e documentos através do próprio aplicativo.

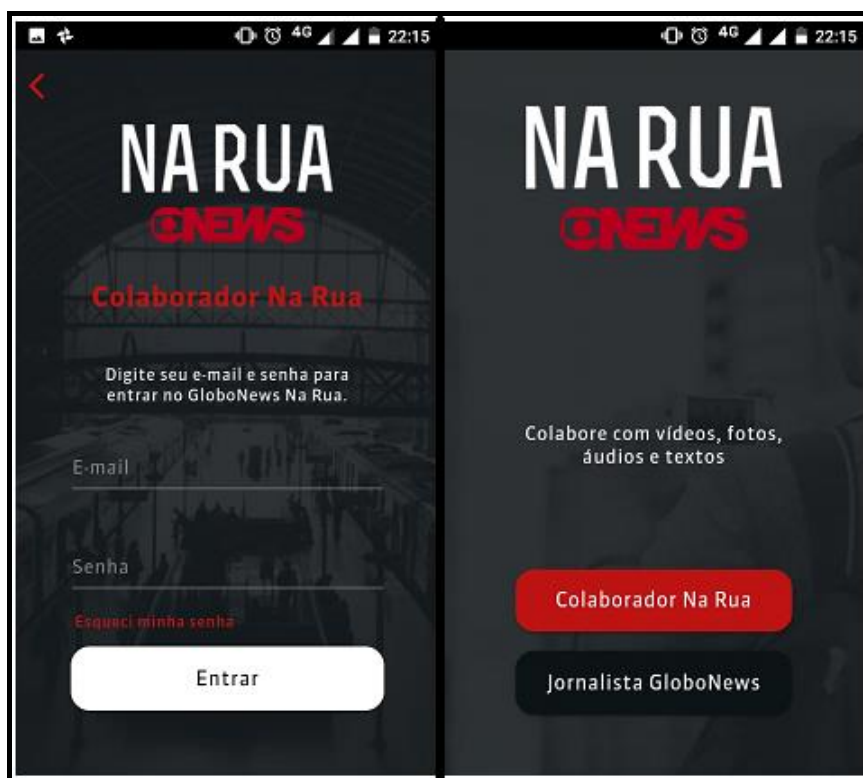
Figura 12 - Formas de colaboração Folha de S.Paulo



Fonte: Montagem com captura de tela do aplicativo Folha de São Paulo. Acesso em: 07 mai. 2019.

Em contrapartida, o aplicativo criado pela GloboNews chamado Na Rua (Figura 13), é exclusivamente desenvolvido para colaboração seja de um “Jornalista Globo News”, se for um profissional da emissora ou “Colaborador Na Rua”, caso não seja. Para isso, é necessário que o internauta realize um cadastro e faça o login seja pelo Facebook ou pelo próprio aplicativo.

Figura 13 - Espaço de colaboração aplicativo Na Rua



Fonte: Montagem com captura de tela do aplicativo Na Rua.  
Acesso em: 07 mai. 2019.

Os materiais podem ser enviados por vídeo, foto, áudio ou texto. Para o envio de texto é aberto um campo no qual é possível escrever juntamente com título, incluir foto, vídeo ou até mesmo áudio e sugestões de *tags*. Da mesma forma é possível gravar áudio pelo microfone do dispositivo móvel e também tirar fotos ou gravar vídeos por meio deste.

De acordo com Silva e Melo (2016), a possibilidade de interação e colaboração do público com as redações pela internet mudou a forma do mesmo consumir informação. Suas preferências jornalísticas são filtradas e personalizadas de modo que possam consumir onde e como quiserem.

O público é agora agente produtor, que interfere diretamente nas redações. Os conceitos de cibercultura, inteligência coletiva e cultura da participação enxergam as relações na rede como a grande mudança social da contemporaneidade e o jornalismo migra para a internet para entrar neste espaço do público, coletando informações da rede e realimentando-a com estas mesmas informações revestidas da aura e da legitimação do trabalho do jornalismo profissional. (SILVA; MELO, 2016, p.121)

Em tempos em que grande parcela da população tem acesso à rede por meio do celular, que além de ser um espaço de leitura de conteúdo, também possui tecnologia para captura de vídeo, foto e áudio, os aplicativos são uma vertente que se abriu para estimular o cidadão na colaboração e envio de conteúdo, como será apresentado no próximo capítulo.

### 4.3 Colaborador e Jornalista

Com o desenvolvimento tecnológico e o surgimento de novos meios de comunicação, mais precisamente pelo uso da internet, o processo jornalístico passou por diversas mudanças, tanto na coleta, quanto na produção e publicação de notícias. Além de facilitar o processo de produção e de consumo, por meio do uso da internet se tornou possível a aproximação de veículos e jornalistas dos receptores.

A internet permitiu que o receptor não apenas se aproximasse dos veículos mantendo um certo diálogo, dando opiniões e demonstrando interesses acerca de determinados assuntos, como também passasse a ter um novo poder por meio de plataformas que permitem livre acesso, como blogs e redes sociais, podendo ser também produtor do seu próprio conteúdo.

A Internet transformou-se num sistema operativo que permite interconectar e canalizar a informação sobre o que acontece, onde acontece, o que podemos ver, o que não podemos ver, e torna-se o sistema conector interativo do conjunto do sistema multimídia. O fato de ser uma comunicação horizontal, de cidadão a cidadão, significa que o indivíduo pode criar seu próprio sistema de comunicação na Internet, pode dizer o que quiser, pode comunicá-lo. (PINHEIRO, 2009, p.8)

Em pesquisa acerca do papel da rede social no ecossistema mediático, Canavilhas (2010) considera que as redes sociais são facilitadores na mudança de como os leitores se relacionam com os medias, fortalecendo os laços entre eles. E completa:

Esta aproximação potencia a transformação das audiências em comunidades, uma situação que tende a gerar a fidelização dos consumidores por estes reconhecerem que a pertença à comunidade é uma mais-valia. A intensificação do relacionamento, por via da interacção com o *gatewatcher* e com os restantes leitores, aumenta o valor da participação, reforçando a fidelidade dos leitores. Neste nível de relacionamento, os media estão melhor posicionados para cobrar o acesso aos conteúdos uma

vez que o leitor reconhece valor à informação que lhe é fornecida por via da participação na comunidade. (CANAVILHAS, 2010, p.10)

Para complementar o que afirma Canavilhas, mas com o olhar para a colaboração feita a partir de outras plataformas, não somente as redes sociais, podemos considerar o que disse a editora supervisora de reportagens especiais do Globo News, Anna Karina Bernardoni<sup>6</sup>, em entrevista para a equipe do presente projeto, quando questionada sobre o que influencia a participação cada vez mais ativa do público na produção de notícia através do aplicativo “Na Rua”:

Eu acho que existem dois fatores: um que é a tecnologia está na palma da mão da gente e a outra é que cada vez mais as pessoas querem se ver, se identificar com que elas estão escolhendo para parar o tempo dela. [...] é porque ele está se vendo ali, ele trouxe para mim um olhar, um jeito de pensar, uma coisa que eu não tenho aqui de dentro sentado aqui no ar condicionado<sup>7</sup>.

A participação do indivíduo comum pode colaborar para notícia de importância a nível mundial. Cheila Marques (2008) cita grandes casos noticiados a partir de colaborações, entre eles estão o escândalo sexual que envolveu Bill Clinton e a estagiária Mónica Lewins em 1998; o atentado de 11 de setembro em 2001, quando vídeos gravados pelo povo foram de grande importância para investigação e rodaram diversas emissoras de todo o mundo. Marques (2008) ainda cita os atentados de Londres e o Furacão Katrina nos Estados Unidos da América, que aconteceram em 2005 e o Tsunami de 2004, que assolou as zonas costeiras do oceano Índico.

Casos como os citados acima, fazem com que o jornalismo possa olhar com otimismo para as colaborações. Com o envolvimento do receptor na produção de informação, o jornalismo enxergou o que é realmente de interesse do público e passou a dar espaço para essa contribuição, principalmente quando se trata de assuntos que possuem relevância para a sociedade. Diante disso, Guilherme Pinheiro (2009, p.13) considera que “O papel ativo do receptor tem contribuído para mostrar ao público “verdades” antes não vistas ou que não tinham interesse jornalístico”.

---

<sup>6</sup> Entrevista concedida por Anna Karina Bernardoni, editora supervisora de reportagens especiais, Globo News, São Paulo, 05 abr. 2019.

<sup>7</sup> Idem.

Assim como o cenário jornalístico passou por alterações com o surgimento de novas tecnologias, internet e, conseqüentemente, do webjornalismo, as atividades do jornalista também sofreram modificações para se adaptar às novas plataformas e formas de produção e consumo de notícia. Como exemplos dessas mudanças estão a apuração, possíveis hoje por meio da internet, principalmente por aplicativos de mensagens, a produção de fotos e vídeos feitos por smartphones e enviados as redações e a produção da notícia, os jornalistas podem e fazem uso de aplicativos de mensagens para construir a narrativa do fato do mesmo local onde estão acontecendo.

## 5 A FACOPP

A Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente foi fundada no dia 30 de junho de 1994, porém “[...] o início das atividades acadêmicas se deu a partir de janeiro de 1995 e em 1998 graduou as primeiras turmas dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda.” (NOGUEIRA; HAMADA; PORTELA, 2011, p.79). Em 2015, teve início também na Faculdade de Comunicação, o curso Superior de Tecnologia em Fotografia, que já teve três turmas formadas.

Segundo a professora Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo<sup>8</sup>, até dezembro de 2018, a faculdade já formou 889 jornalistas, 831 publicitários e 48 fotógrafos. Atualmente, há 478 discentes matriculados nos três cursos. Já o corpo docente é composto por 30 professores, entre eles, oito doutores, 14 mestres e oito especialistas.

A missão da faculdade, segundo o Manual do Aluno (2013, p.1) é:

[...] formar profissionais com conteúdos humanísticos capazes de atender as práticas das indústrias culturais. [...] fazer com que esse profissional perceba o ser humano como base da Comunicação Social numa interação com a sociedade e seus diversos grupos e instituições.

Atualmente, segundo a coordenação da Facopp, além dos cursos já citados, a Faculdade de Comunicação conta em sua proposta de vestibular, com o curso de bacharelado em Relações Públicas e os cursos Superiores de Tecnologia em Marketing, e Produção Multimídia, porém ainda não foram abertas turmas para esses cursos.

Para atender a todos os cursos, a Faculdade de Comunicação conta com infraestrutura necessária ao aprendizado teórico-prático efetivo do aluno. São no total 15 salas de aula e laboratórios de prática: Televisão, Rádio, Fotografia, Informática (2 Macintoshs e 1 PCs), Sala de Criação, Pesquisa de Mercado. (MANUAL DO ALUNO, 2013, p.2)

Os sete laboratórios experimentais destinados às aulas práticas dos cursos também servem como um espaço de estágio interno que, segundo o site do Portal

---

<sup>8</sup> Entrevista concedida por Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo, Professora da Facopp, coordenadora dos cursos de Jornalismo e Fotografia e supervisora do Portal Facopp, Presidente Prudente, 07 mai. 2019.



Facopp<sup>9</sup>, possibilitam aos alunos conhecerem a realidade atual do mercado de trabalho, tendo a supervisão direta de professores orientadores responsáveis por cada laboratório. Entre eles, atualmente, estão o Portal Facopp, a TV Facopp Online, a Rádio Facopp, a Agência Facopp, o Laboratório de Fotografia, o Terceiro Setor Facopp e a Assessoria de Imprensa Facopp (Assim).

Carolina Mancuzo<sup>10</sup> afirma que os laboratórios evoluíram muito e tiveram mudanças significativas desde 2009. “Hoje em dia, a nossa infraestrutura é revista a cada seis meses [...] todos os laboratórios fazem pedidos novos de equipamentos tanto para uso contínuo como para a estrutura física do próprio laboratório.”

### 5.1 Portal Facopp

Devido à falta de um espaço que pudesse ser utilizado afim de englobar todas as informações nos âmbitos institucional e jornalístico na Faculdade de Comunicação “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente, a professora Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo teve a ideia de desenvolver um portal de comunicação que ajudaria, além de passar as informações, a agrupar todas as versões virtuais dos laboratórios em um único espaço.

No ano de 2010, a ideia começou a ser concretizada quando um grupo de estudantes do curso de Jornalismo aceitou a proposta da professora e deu início ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) para a solução do problema apresentado. A proposta inicial era um projeto piloto de um portal de notícias.

A ausência de um Portal Multimidiático na internet que reúna todos os produtos jornalísticos e publicitários da Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp) foi a força motriz para a criação de um piloto de Portal de Comunicação Multimidiático, que reúne sites já existentes na faculdade como a TV Facopp Online e a Web Rádio Facopp (WRF), além de abranger conteúdos de áudio, vídeo, texto e uma proposta de Jornalismo Institucional, pois o portal da Facopp precisa de conteúdo jornalístico estático e dinâmico, como uma descrição da faculdade e tudo o que a compõe. (SOUZA *et al.*, 2010, p.15)

O trabalho foi desenvolvido pelos alunos Aline Fernanda Martins de Souza, Édison Trombeta de Oliveira, Elis Mungo Santos, Gabriela Araujo Correia e Geisiane

---

<sup>9</sup> <https://www.unoeste.br/facopp/index.php>

<sup>10</sup> Entrevista concedida por Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo, Professora da Facopp, coordenadora dos cursos de Jornalismo e Fotografia e supervisora do Portal Facopp, Presidente Prudente, 07 mai. 2019.

Cabrera Gazola, com a orientação da professora Carolina Mancuzo. O Portal Facopp teve sua implementação em 9 de maio de 2011, com produções de notícias que envolvessem a instituição e abrigando também todos os sites dos seus respectivos laboratórios. Por ser a idealizadora do projeto, Carolina Mancuzo é uma das supervisoras do laboratório até hoje, junto com as professoras Fabiana Alves e Maria Luisa Hoffmann, coordenando a equipe de estagiários que produz os conteúdos.

De acordo com o Manual do Aluno (2013), o Portal Facopp é a porta de entrada dos alunos para a Facopp, pois “notícias institucionais são atualizadas diariamente com o objetivo de manter o aluno informado sobre tudo o que acontece na faculdade e no mercado profissional”.

Carolina Mancuzo<sup>11</sup> afirma que o Portal Facopp contribui muito para os estagiários que trabalham com produção diária, no entendimento do que é notícia, melhoramento dos textos e exercitando o jornalismo para o mercado de trabalho.

No caso do Portal Facopp, ele trabalha com o jornalismo institucional, trabalha com aquilo que é de dentro da faculdade, mas que pode ser utilizado em outros lugares, porque é muito importante entender que existe notícia em todos os ambientes, e isso também exercita bastante os nossos alunos. Também contribui para quem está visualizando tudo isso de fora, porque eles acompanham que tipos de notícia que podem ser dentro desse ambiente e aí começam a ser estimulados nesse sentido. (CAROLINA MANCUZO<sup>12</sup>)

Em relação ao presente trabalho, a coordenadora vê o aplicativo colaborativo como um processo inverso do que já é feito pelos laboratórios da faculdade. No momento, é a Facopp, por meio dos estágios internos, que produz conteúdo para que o público consuma, mas, com a chegada do aplicativo, será a oportunidade do público produzir, colaborar e interagir com a informação.

[...] nós estamos numa faculdade de Comunicação em que todos têm a possibilidade de produzir e isso eu estou dizendo desde o aluno, o ex-aluno, funcionário, professor, o que está acontecendo dentro do universo deles que envolve a comunicação e que pode ser visto? Eu acho que isso ajuda a ter um portfólio, traz visibilidade para o trabalho [...] O aplicativo veio, justamente, para estimular a participação, a colaboração e entender que eu

---

<sup>11</sup> Entrevista concedida por Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo, Professora da Facopp, coordenadora dos cursos de Jornalismo e Fotografia e supervisora do Portal Facopp, Presidente Prudente, 07 mai. 2019.

<sup>12</sup> Idem.

quero ouvir o que você tem a dizer e não o que eu quero que você entenda.  
(MANCUZO<sup>13</sup>)

## 5.2 TV Facopp Online

A TV Facopp Online<sup>14</sup> é a primeira emissora universitária do Oeste Paulista, que também surgiu de um Trabalho de Conclusão de Curso, no ano de 2005. O projeto foi desenvolvido pelos alunos Ana Eliza Zogheib Fernandes, Bruno Dias Pereira, Christina Aparecida Panes Moreno Nakandakare e Cirilo Luís Dias Pereira, com a orientação da professora Thaisa Sallum Bacco (SILVA *et al.*, 2011, p.12). Ainda segundo Silva *et al.* (2011, p.90), foi apenas em 2007, que outro grupo de estudantes desenvolveu um TCC para a implantação da emissora na faculdade, que está no ar desde o dia 12 de maio de 2008, atuando como um laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão.

Ela é a quarta emissora virtual online a possuir cadastro na ABTU (Associação Brasileira de Televisão Universitária). “Esse fator, por si só, já demonstra o interesse da emissora em participar do cenário nacional de produção científica acadêmica e de contribuir para a sublimação das TVs universitárias, tanto na região quanto no país.” (SILVA, *et al.*, 2011, p.12)

Segundo a professora Thaisa Sallum Bacco<sup>15</sup>, o objetivo da TV Facopp Online é trabalhar as questões referentes ao Ensino, Pesquisa e Extensão do telejornalismo online, além de colocar em prática os conhecimentos teóricos vistos em sala de aula por meio do estágio oferecido aos alunos.

Para desenvolver as atividades do laboratório, a TV Facopp Online conta com uma equipe de estagiários que é selecionada a cada semestre e, atualmente, são supervisionados pelos professores Thaisa Sallum Bacco e Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior, a primeira como diretora geral e o segundo como editor-chefe.

De acordo com Bacco<sup>16</sup>, todo o trabalho realizado é referente ao:

---

<sup>13</sup> Entrevista concedida por Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo, Professora da Facopp, coordenadora dos cursos de Jornalismo e Fotografia e supervisora do Portal Facopp, Presidente Prudente, 07 mai. 2019.

<sup>14</sup> <https://www.youtube.com/user/tvfacopponline>

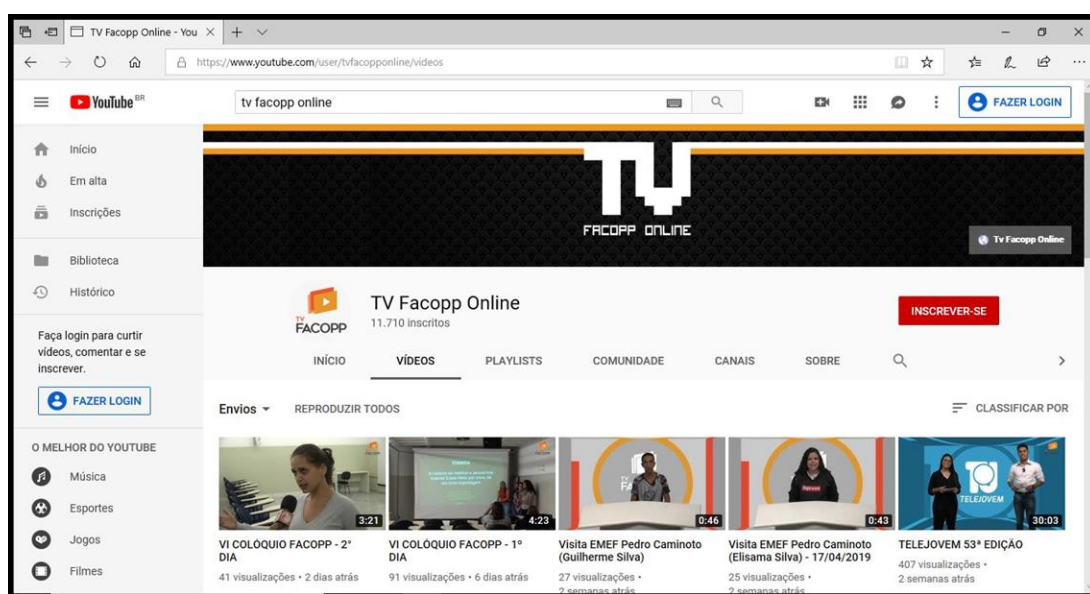
<sup>15</sup> Entrevista concedida por Thaisa Sallun Bacco, Professora da Facopp, supervisora e diretora geral da TV Facopp Online, Presidente Prudente, 07 mai. 2019.

<sup>16</sup> Idem.

[...] processo de produção da notícia, pauta, reportagem, cinegrafia, edição, apresentação, mas sobretudo, e principalmente, a questão do trabalho em equipe, a questão da liderança, que a gente trabalha com a ideia da liderança servidora num ambiente comunicacional, e toda a formação do sujeito, do jornalista enquanto ser humano antes de um profissional técnico especialista na produção de um audiovisual.

Em 2015, a TV Facopp Online começou a migrar do seu site, já existente, para a plataforma do YouTube (Figura 14). Segundo Bacco<sup>17</sup>, já são mais de 11 mil inscritos, mais de mil visualizações e mais de 500 vídeos publicados. Em relação ao conteúdo do canal, os usuários podem encontrar as coberturas de eventos realizados pela Facopp, programas de entrevistas, programas vídeojornalísticos, edições do TeleJovem, transmissões ao vivo, entre outros trabalhos realizados, tanto pelas equipes de estagiários como alunos da faculdade.

Figura 14 – Página da TV Facopp Online no YouTube



Fonte: Canal da TV Facopp Online no YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/tvfacopponline/featured>. Acesso em: 11 mai. 2019.

Para Bacco<sup>18</sup>, a TV Facopp Online contribui muito para a formação dos estudantes. Ela explica que não somente na parte técnica e na produção de conteúdo, mas também na dimensão humana.

<sup>17</sup> Entrevista concedida por Thaisa Sallun Bacco, Professora da Facopp, supervisora e diretora geral da TV Facopp Online, Presidente Prudente, 07 mai. 2019.

<sup>18</sup> Idem.

O trabalho em equipe com transparência, responsabilidade, a ideia da servidão de um ao outro, o trabalho colaborativo, a cooperação também entre os pares, a análise e a discussão da realidade e a condutas [...] humanas que o profissional do século XXI tem que ter para não se esquecer que antes da máquina, existe um sujeito, com o qual a gente vai ter que se relacionar bem, com respeito, e, principalmente, com muita responsabilidade social.

Bacco<sup>19</sup> acredita que o aplicativo colaborativo do presente projeto irá facilitar a participação do público no cenário da comunicação dentro da faculdade, por conta da usabilidade e o desenvolvimento tecnológico que ele permitirá.

### 5.3 Assessoria de Imprensa da Facopp (Assim)

A Assessoria de Imprensa da Facopp (Assim<sup>20</sup>) surgiu no ano de 2009 a partir de uma ação experimental desenvolvida em 2010, por alunos que estavam cursando a disciplina de Jornalismo Empresarial, com aulas ministradas pelo professor Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior. Com isso, o projeto cresceu e tornou-se um laboratório acadêmico onde, atualmente, os alunos realizam estágios supervisionados, de acordo com o site do laboratório.

O professor Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior<sup>21</sup> aponta dois objetivos trabalhos na Assim. O primeiro tem a questão pedagógica de fazer com que os estagiários consigam desenvolver a atividade da assessoria de imprensa em tempo real com uma empresa real. “Tudo que eles produzem aqui tem uma vazão para os meios de comunicação [...] e eles têm que fazer também o relacionamento, contato, corrigir, produzir, editar”. (SILVA JUNIOR<sup>22</sup>)

Em segundo ponto, ele ressalta a questão de cuidar da imagem da Facopp de uma visão empresarial. “A nossa preocupação é fazer com que a imagem da Facopp tenha sempre muito mais uma aproximação positiva junto à opinião pública, até porque esse é o sentido de toda e qualquer assessoria.” (SILVA JUNIOR<sup>23</sup>)

As atividades desenvolvidas na Assim vão desde produções jornalísticas, releases, além de verificação dos materiais divulgados e planejamento de ações da

---

<sup>19</sup> Entrevista concedida por Thaisa Sallun Bacco, Professora da Facopp, supervisora e diretora geral da TV Facopp Online, Presidente Prudente, 07 mai. 2019.

<sup>20</sup> <https://www.unoeste.br/facopp/imprensa.php>

<sup>21</sup> Entrevista concedida por Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior, Professor da Facopp e coordenador da Assim (Assessoria de Imprensa Facopp), Presidente Prudente, 07 mai. 2019.

<sup>22</sup> Idem.

<sup>23</sup> Idem

assessoria de imprensa. O trabalho é feito por uma equipe de estagiários que é selecionada a cada semestre e durante o período do estágio é colocado em prática todo o conhecimento visto em sala de aula.

Em relação à experiência que o estagiário passará, Silva Junior<sup>24</sup> destaca que:

[...] aqui no laboratório a gente faz uma preparação bem real do que ele enfrenta no mercado. Não é uma situação em que ele vai ter como um fator principal, a questão da pressão, entrega dos prazos, a gente não tem uma preocupação com relação a isso, a nossa preocupação é que ele produza e faça esse trabalho acontecer da melhor maneira possível. [...] aqui a gente realmente vai produzir nele uma capacidade reflexiva, crítica a respeito da atividade da assessoria e uma capacidade também de produção dessa assessoria.

Para Silva Junior<sup>25</sup>, as informações que serão enviadas por meio do aplicativo colaborativo poderão servir como um gancho para as pautas que a Assim produz. “Na Assessoria de Imprensa nós estamos sempre ‘caçando’ informação, então quanto mais nós tivermos [...] nos mais diversos canais possíveis, isso para a gente é muito bom, porque a gente fica sabendo do que está acontecendo.”

#### 5.4 Agência Facopp

A Agência Facopp<sup>26</sup> já passou por diversas transformações ao longo dos anos, tanto em seu formato como também no seu nome. Atualmente, quem supervisiona a Agência é a professora Larissa Crepaldi Trindade e o professor Haroldo Oliveira Felipe.

Primeiramente, a Agência era chamada de NUCOM (Núcleo de Comunicação) e, segundo Trindade<sup>27</sup>, antes de se tornar uma agência, ela possuía o formato de apenas um professor e um estagiário. “Hoje, a gente está com um grupo de professores orientadores em expertises diferenciadas e com um grupo de estagiários também.”

---

<sup>24</sup> Entrevista concedida por Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior, Professor da Facopp e coordenador da Assim (Assessoria de Imprensa Facopp), Presidente Prudente, 07 mai. 2019.

<sup>25</sup> Idem.

<sup>26</sup> <https://www.unoeste.br/facopp/agencia.php>

<sup>27</sup> Entrevista concedida por Larissa Crepaldi Trindade, Professora da Facopp, coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda e supervisora da Agência Facopp, Presidente Prudente, 07 mai. 2019.

De acordo com a professora Larissa Crepaldi Trindade<sup>28</sup>, o trabalho da Agência é dividido em quatro áreas: atendimento, planejamento, mídia e criação, por serem as mais específicas e básicas na Publicidade e Propaganda.

A gente tem desde a parte de campanhas institucionais da Facopp, divulgação dos eventos que a Facopp tem, de todos os eventos que acontecem, a gente tem um trabalho que é feito com o ENEPE, que é um evento nacional de Ensino, Pesquisa e Extensão, [...] e alguns clientes externos que procuram a agência, por não terem condições de arcar com os custos de mercado. (TRINDADE<sup>29</sup>)

Todo o trabalho é feito por uma equipe de estagiários fixos que cuidam de funções diferentes, mas, atualmente, segundo Trindade<sup>30</sup>, estão sendo construídas novas células de trabalho de projetos de extensão, pelo fato de muitas atividades e *jobs* serem feitos ao mesmo tempo, para não prejudicar os estagiários.

Trindade<sup>31</sup> acrescenta que a Agência Facopp tem sido um celeiro de alunos estagiários que passam por ela e saem dali profissionais já atuantes no mercado de trabalho, e que isso só acontece, pois:

[...] dentro da agência ele tem network, ele faz contato com fornecedores, clientes, ele ganha um traquejo, ele aprende a trabalhar dentro da área que ele tem aptidão, ele até descobre coisas que ele nem sabia se tinha aptidão ou não e desenvolve isso super bem [...] hoje a Agência Facopp tem sido um caminho bem legal para quem quer sair para o mercado de trabalho.

Para a coordenadora do curso de Publicidade, o aplicativo será uma via de mão dupla para a Facopp, pois o usuário poderá liberar informação e também poderá receber informação “[...] e ficar surpreso com tanta coisa que todo mundo tem a oferecer, no que diz respeito a área, que vai contribuir com a nossa formação, com o curso e assim por diante”.

## 5.5 Rádio Facopp

A Rádio Facopp<sup>32</sup>, antes intitulada de WRF Rádio Facopp, surgiu de um Trabalho de Conclusão de Curso denominado “Projeto de Implantação da Rádio

<sup>28</sup> Entrevista concedida por Larissa Crepaldi Trindade, Professora da Facopp, coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda e supervisora da Agência Facopp, Presidente Prudente, 07 mai. 2019.

<sup>29</sup> Idem.

<sup>30</sup> Idem.

<sup>31</sup> Idem.

<sup>32</sup> <http://radiofacopp.unoeste.br/>

Facopp Online”, desenvolvido pelos alunos Fernando Passos, Regiane Moreira, Ricardo Schwarz e Wesley Mendonça, com a orientação do professor Homéro Ferreira, no primeiro semestre de 2009.

De acordo com Passos *et al.* (2009), a ideia da proposta do projeto de uma rádio universitária surgiu a partir da criação da TV Facopp Online, que teve a sua implementação após três anos.

Em seguida, no segundo semestre do mesmo ano, a proposta do projeto teve continuidade com o desenvolvimento de outro TCC, idealizado pelas alunas Eliane Gushiken, Kassiane Perez, Leticia Oliveira, Marisa Goulart e Thais Gardin para a implantação da webrádio na Facopp, segundo a página da Rádio Facopp.

O laboratório realiza a cobertura de eventos, atende às atividades de extensão da instituição e realiza programas especiais de entrevistas, onde os ouvintes também têm a oportunidade de participar enviando suas críticas e sugestões. (SILVA *et al.*, 2014, p.91)

Atualmente, o laboratório da Rádio Facopp tem a supervisão do professor Homéro Ferreira, que também conta com o auxílio dos técnicos Déo Gonçalves na parte da manhã e de Jesley Almeida no período vespertino e noturno, que ajudam alunos e estagiários a desenvolverem as atividades.

## 5.6 Laboratório de Fotografia

Segundo o site do Portal Facopp, o Laboratório de Fotografia sempre existiu desde a fundação da Faculdade de Comunicação. “Foi implantado na época com máquinas analógicas, com um espaço destinado apenas para a revelação das imagens, com toda a química e equipamentos necessários.” (SILVA, *et al.*, 2014, p.94).

Em relação à estrutura, Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo<sup>33</sup> conta que o laboratório passou por grandes mudanças:

[...] nós simplesmente quebramos inteiro e fizemos novos dois laboratórios, a gente tinha um laboratório de fotografia que fazia revelação e depois tinha a parte de fotos, a gente entendeu que a parte de revelação não tinha mais uma demanda tão interessante, criamos um laboratório 100% digital,

---

<sup>33</sup> Entrevista concedida por Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo, Professora da Facopp, coordenadora dos cursos de Jornalismo e Fotografia e supervisora do Portal Facopp, Presidente Prudente, 07 mai. 2019.



ampliamos para dois, mudamos toda a parte de piso do laboratório, enfim, todo o laboratório.

Atualmente, o laboratório de fotografia é supervisionado pela professora Maria Luisa Hoffmann, com o auxílio da funcionária e ex-aluna da Facopp, Marlene Reverte e uma equipe de estagiários que é selecionada a cada semestre.

Além de ser amplamente utilizado pelo Portal Facopp e pela Agência Facopp na produção e tratamento de imagens, o laboratório atende também às demandas da instituição por meio da Assessoria de Imprensa e Departamento de Marketing quando há necessidade de produção de fotos para eventos e campanhas. (SILVA *et al.* 2014, p.96)

Com a nova tecnologia das máquinas digitais, o espaço conta com câmeras profissionais e amadores, além de outros equipamentos, para serem utilizados pelos alunos e pelas equipes de estagiários para a realização de trabalhos internos e externos. Há também um estúdio fotográfico com fundo infinito com várias possibilidades de troca de cenário, iluminação artificial, tanto para ensaios fotográficos quanto para fotografias de produtos. “Os alunos podem utilizá-lo fora do horário de aula, para trabalhos acadêmicos, tanto das aulas de fotografia quanto para trabalhos de outras disciplinas.” (MANUAL DO ALUNO, 2013, p.23)

## 5.7 Terceiro Setor Facopp

O Terceiro Setor<sup>34</sup> é mais um dos laboratórios presentes na Facopp, que segundo o seu site, faz publicações jornalísticas empresariais por meio de um veículo online, voltados a atender entidades civis organizadas, localizadas na cidade de Presidente Prudente, que trabalham sem fins lucrativos.

Assim como a TV Facopp, a ideia surgiu a partir de dois TCCs. De acordo com o site do laboratório, o primeiro foi desenvolvido pelas alunas Cristiani Mariano, Eliane Borges e Mônica Duran, no ano de 2009, com a orientação do professor Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior, e antes possuía o nome de Eco. O projeto realizado atendeu à Apae (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais) de Presidente Prudente.

Mas foi somente em 2011 que o laboratório foi implantado na Facopp, por meio de um novo TCC, realizado pelas alunas Camila Coelho, Heloíse Hamada e

---

<sup>34</sup> <http://sites.unoeste.br/terceirosetorfacopp/>

Regina Portela. O trabalho foi voltado para o Núcleo Tterê, a Fundação Gabriel de Campos e a Feapp (Federação das Entidades Assistenciais de Presidente Prudente), segundo o site.

Após um ano da implantação do laboratório, os alunos Sérgio Luis de Almeida Monzani e Thiago Massuia realizaram um terceiro Trabalho de Conclusão de Curso, com a orientação da professora Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo, para desenvolver um site piloto para o Eco “no qual foi realizado um projeto para divulgação das atividades desenvolvidas pelo Eco, reunidas em uma plataforma que levasse o nome da Facopp”. (AGUIAR; RIBEIRO; CRUZ, 2018, p.46)

Recentemente, em 2018, o Eco passou por uma reformulação, por meio de mais um Trabalho de Conclusão de Curso, realizado pelos alunos Andressa Aguiar, Lucas Ribeiro e Nathalia Moura, com a orientação da professora Giselle Tomé da Silva, ao qual passou a se chamar Terceiro Setor.

Segundo Nogueira, Hamada e Portela (2011), o objetivo do trabalho do Terceiro Setor da Facopp é oferecer às entidades do Terceiro Setor de Presidente Prudente uma oportunidade de dar continuidade ou experimentar ações de comunicação junto aos seus diversos públicos, já que:

A atuação no Terceiro Setor em Presidente Prudente abrange diversos atores: as instituições filantrópicas, voluntários, funcionários, parceiros, assistidos e a sociedade em geral, cada qual com seu pensamento e colaboração diante dos problemas sociais, os quais, de certa forma, os interligam entre si.

Atualmente, o laboratório é supervisionado pela professora Giselle Tomé e as atividades são desenvolvidas por uma equipe de estagiários, que também passa por uma seleção a todo semestre.

## 6 Projeto Editorial

### 6.1 Introdução

Desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, o “Colabora!” é um produto que visa trabalhar com a produção de conteúdo através da colaboração da comunidade acadêmica da Facopp. Será desenvolvido pelos integrantes do presente projeto, com o objetivo de implantar uma plataforma para colaboração de notícias no âmbito universitário.

A elaboração do “Colabora!”, assim como a implantação e demais etapas do projeto, serão executados sob orientação da professora Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo. O foco será possibilitar aos alunos que colaborem e interajam por meio de um canal eficaz, com maior agilidade. Para isso, será desenvolvido um aplicativo de notícias colaborativas, além de conta empresarial no Instagram e número empresarial de WhatsApp, todos com o objetivo de facilitar a comunicação entre o público Facopp e os jornalistas do “Colabora!”.

O aplicativo será a plataforma pela qual as notícias serão enviadas, analisadas, apuradas e postadas no próprio “app”, quando a equipe entender que aquele conteúdo tem valor-notícia. Quando for uma informação que pode ser aprofundada e transformada em matéria, será produzida uma reportagem para o Portal Facopp. Neste caso, só será disponibilizada no aplicativo “a nota” enviada pelo colaborador e um link de direcionamento para notícia completa no Portal Facopp.

No aplicativo não haverá divisão por categorias, sendo de conteúdo aberto como acontece nas redes sociais, portanto, trará assuntos para todo tipo de interesse, tendo como foco o ambiente da Facopp e todo o universo da comunicação.

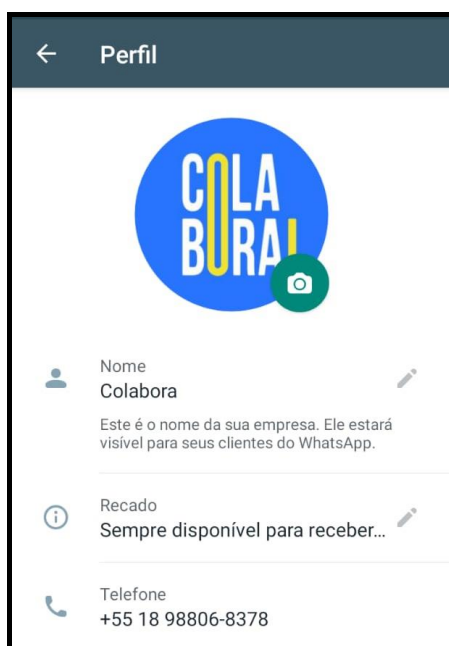
No desenvolvimento da peça prática e para que fosse criada a cultura de colaboração no público da Facopp, seguindo a identidade visual e projeto gráfico descritos mais a frente, o “Colabora!” foi trabalhado, inicialmente, com um perfil na rede social Instagram (Figura 15) e uma conta no WhatsApp Business (Figura 16).

Figura 15 – Perfil “Colabora!” no Instagram



Fonte: Captura da tela de perfil do “Colabora!” no Instagram.  
Acesso em: 30 set. 2019.

Figura 16 – WhatsApp Business “Colabora!”



Fonte: Captura da tela de perfil do WhatsApp Business “Colabora!”.  
Acesso em: 24 set. 2019.

Utilizar estas redes sociais foi uma decisão tomada pelo grupo devido ao tempo que é necessário para programação do aplicativo. O Instagram foi escolhido pelas possibilidades que dá aos seus usuários na produção de conteúdo, seja *stories*, *feed* e compartilhamentos, além de ser o aplicativo mais próximo em semelhança com o “Colabora!” e segue a mesma linha editorial do aplicativo, como será mostrado mais à frente. O WhatsApp Business foi integrado ao projeto para ser um canal facilitador de comunicação e envio de conteúdo tanto entre os membros da equipe como entre os colaboradores com os responsáveis pelo “Colabora!”.

## **6.2 Objetivos**

### **6.2.1 Objetivo geral**

Criar um espaço para desenvolvimento de conteúdo pelo público-alvo por meio do jornalismo colaborativo em um aplicativo de notícias na Faculdade de Comunicação Social da Unoeste.

### **6.2.2 Objetivos específicos**

- Oportunizar ao estudante de Comunicação um novo espaço em que ele possa ser colaborador com novas propostas de conteúdo;
- Desenvolver as técnicas de apuração e edição dos conteúdos gerados por meio do aplicativo;
- Vivenciar a produção jornalística em multiplataformas;
- Desenvolver técnicas de apuração frente aos conteúdos enviados pelos colaboradores para produção de notícias.

## **6.3 Justificativa**

Com o objetivo de atender uma nova demanda de produção de conteúdo colaborativo, no qual os alunos, ex-alunos, professores e funcionários passarão a ter espaço para enviar assuntos de seu interesse, o aplicativo “Colabora!” foi pensado para ser onipresente nos ambientes que transitam o público apresentado. Isso será possível por meio de uma plataforma que não apenas servirá como meio para enviar

sugestões de assuntos que consideram relevantes como também um lugar para se informar, já que o conteúdo que for aprovado pela equipe do “app” será postado como “informação rápida” ou “nota” no próprio aplicativo, com crédito de autoria e em formato de *stories*, conforme acontece na rede social Instagram, com duração no ar de 24 horas.

Uma pesquisa quantitativa realizada no 1º semestre de 2019 (ANEXO B), por meio da aplicação de um questionário pela turma do 5º termo de Jornalismo da Facopp, mostrou que daqueles que já acessaram ou acessam o Portal, a maior parte o faz em busca de inscrição ou certificado de eventos. Não sendo esse o principal objetivo do Portal Facopp, foi notada a necessidade dos alunos acerca de assuntos que sejam realmente de seu interesse.

Visto que os *smartphones* são responsáveis pelo aumento de consumo de notícias e são mais ágeis, com possibilidade, inclusive, de produção de vídeos, fotos, textos, e áudios, a criação do aplicativo “Colabora!” foi pensada como uma forma de promover a participação do público-alvo, tornando esse público passivo em produtor de conteúdo ativo e permitindo que de simples consumidor ele se torne também, colaborador. Uma maneira de valorizar a produção individual e também de aumentar o portfólio de produções da comunidade acadêmica para além dos trabalhos de sala de aula. Além disso, como o aplicativo visa atender à demanda de um público relacionado à Facopp, a proposta visa estimular a produção também pelos funcionários, professores, e ex-alunos, que podem trazer para o universo da Facopp, as realidades que encontram no ambiente do mercado de trabalho.

A união com o Portal Facopp também será importante para contribuir com as propostas de novas pautas, de interesse do próprio colaborador. As matérias que serão desenvolvidas para o Portal Facopp, quando o aplicativo estiver em fase de implantação, serão realizadas pela equipe desta pesquisa, porém, a proposta é que o aplicativo se transforme em uma nova oportunidade de estágio na faculdade, vinculado ao Portal e supervisionado por um novo docente.

#### **6.4 Público-Alvo**

Considerando que a Facopp é composta pelos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Fotografia, o produto jornalístico desenvolvido terá como foco movimentar a produção de conteúdo deste público, além dos professores

e funcionários e ex-alunos da faculdade, que também podem ser colaboradores em potencial.

A faixa etária do público-alvo é indefinida, embora a maioria dos alunos, de acordo com informações coletadas na coordenação do curso, esteja entre 17 e 22 anos. Porém, não há o interesse de limitar esta faixa etária, visto que todas as pessoas que têm ligação com a Facopp podem ser colaboradoras, como alunos, ex-alunos, professores e funcionários. Portanto, o público-alvo são pessoas de todas as classes sociais e que tenham acesso à internet por meio de *smartphone*.

## 6.5 Linha Editorial

O aplicativo “Colabora!” tem como principal objetivo funcionar como uma plataforma de jornalismo colaborativo com foco no ambiente da Faculdade de Comunicação Social (Facopp) da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste). O presente produto jornalístico é fruto do Trabalho de Conclusão de Curso, que visa a implantar um canal de colaboração e produção de conteúdo voltado para o meio acadêmico visto que este será o ambiente de implantação do aplicativo.

No aplicativo, não serão permitidas colaborações que contenham informações que ofendam, de alguma forma, raças, classes sociais, opções sexuais e qualquer conteúdo discriminatório ou preconceituoso, assim como qualquer outro que possa atingir alguém negativamente.

As publicações só poderão ser feitas mediante acesso com login pessoal cadastrado previamente com todos os dados necessários. Isto garante que cada um fique responsável por aquilo que postar. As colaborações ficarão disponíveis em um *feed*, para que todos os usuários tenham acesso às informações.

Não serão permitidas colaborações que não contenham informações textuais acompanhando, considerando que apenas fotos e vídeos não podem falar por si, dificultando a compreensão e o processo de produção.

O viés jornalístico estará presente visto que todo conteúdo de colaboração que for considerado relevante para o público-alvo, poderá ser apurado e transformado em matéria.

Toda matéria produzida deve conter linguagem coloquial e ser elaborada de forma clara e objetiva, visando a produzir conteúdo que seja interessante para o

público-alvo, visto que são jovens com rotinas acadêmicas e prezam por um consumo mais prático.

A colaboração passará por aprovação, e por isso os valores-notícias serão os critérios para decidir os possíveis assuntos a serem abordados dentro do aplicativo e, conseqüentemente, do material produzido para publicação no Portal Facopp, caso tenha os critérios necessários de aprofundamento.

No que diz respeito à seleção do assunto, apuração e produção da matéria, todos os integrantes participarão para que vivenciem o processo de produção de notícia por meio de colaboração, colocando em prática as bases jornalísticas.

## 6.6 Projeto Gráfico

Após a realização de todos os estudos teóricos, análise de produtos similares, visitas a redações, foi dado início a produção da peça prática do trabalho. A primeira preocupação foi quanto a escolha do nome e identidade visual do produto, para que ele pudesse ser assimilado imediatamente à função a que se destinava. Para isso, foi escolhido então o nome “Colabora!”, que se deu por ser sugestivo em relação à sua finalidade, além de ser simples, mas ao mesmo tempo incentivar a ação.

A identidade visual e gráfica do “Colabora!”, conforme serão descritas a seguir, foi criada por João Felipe Pegos Picolo, estudante de design, contratado pelo grupo para tal.

Para a criação do logotipo do aplicativo foi usado a fonte *Poppins*. Por ser uma fonte bem legível, é mais impactante que outras fontes e ter mais personalidade. Também foram arredondadas todas as pontas das letras para mostrar um aspecto mais agradável, orgânico e descontraído.

A logo com o nome do aplicativo, “Colabora!”, estava extensa, então foi quebrada em duas partes dando uma ideia mais alegre, justamente pensado por ser um aplicativo no qual a maior parte dos usuários serão jovens estudantes.

A partir disso, com o formato quadrado, a logo ficou mais consistente. A ideia de aproveitar a letra “O” para as duas partes da palavra, remete à interação da parte de cima da palavra com a parte de baixo, denotando o aspecto abstrato da colaboração (Figura 17).



Figura 17 – Logo “Colabora!”



Fonte: João Felipe Picolo.

Quanto às cores, inicialmente foram escolhidos o azul e o branco, com base em referências de outros aplicativos de notícias como Estadão e UOL, por exemplo. O amarelo foi acrescentado na letra “O” e no ponto de exclamação para dar destaque e ênfase no aspecto abstrato da colaboração.

Com base na logo do aplicativo, foi criada uma abreviação para ser usada tanto na plataforma digital quanto em outros lugares em que seja necessário apenas para representar como um símbolo. A escolha pela letra “C” de “Colabora!”, juntamente com o ponto de exclamação para reforçar a marca e poder ter uma opção curta e simplificada da identidade visual, para aplicação em outros contextos (Figura 18).

Figura 18 – Abreviação da Logo “Colabora!”



Fonte: João Felipe Picolo.

Para diferenciar as matérias produzidas pelo Portal Facopp das produzidas a partir de colaborações, foi desenvolvido o Selo “Colabora!” composto pela abreviação da logo em um círculo azul e uma linha amarela na borda (Figura 19).

Figura 19 – Selo “Colabora!”



Fonte: Carolina Mancuzo

## 6.7 Estrutura

O aplicativo de notícias “Colabora!” terá como principal abordagem, o jornalismo colaborativo. Dessa forma, a plataforma servirá como canal de envio de

conteúdo: textos, fotos, vídeos e áudios. A colaboração do usuário servirá como pauta para a produção de notícias. As notícias estarão disponíveis no aplicativo e poderão ter um link para o Portal Facopp que poderá trazer a notícia mais aprofundadas e/ou os desdobramentos.

Na página inicial do aplicativo (Figura 20), terão as opções de login. Os usuários poderão fazer um cadastro (Figura 21) clicando no botão **Comece Já**, onde deverão preencher as seguintes informações: email, senha, nome, gênero e data de nascimento.

Figura 20 – Tela inicial



Fonte: João Felipe Picolo.

Figura 21 – Tela de Cadastro

The image displays six sequential screens of a registration process, arranged in a 2x3 grid. Each screen has a blue background and a white back arrow in the top-left corner.

- Screen 1 (Top Left):** Titled "Criar conta". Prompt: "Qual é o seu e-mail?". Input field: "felipebueno@gmail.com". Button: "CONTINUAR".
- Screen 2 (Top Middle):** Titled "Criar conta". Prompt: "Crie uma senha". Input field: "\*\*\*\*\*". Button: "CONTINUAR".
- Screen 3 (Top Right):** Titled "Criar conta". Prompt: "Qual seu nome?". Input field: "Felipe Bueno". Button: "CONTINUAR".
- Screen 4 (Bottom Left):** Titled "Criar conta". Prompt: "Qual seu gênero?". Buttons: "FEMININO", "MASCULINO", "NÃO BINÁRIO".
- Screen 5 (Bottom Middle):** Titled "Criar conta". Prompt: "Qual é a sua data de nascimento?". Input field: "09/05/97". Example text: "ex: 08/08/88". Button: "CONTINUAR".
- Screen 6 (Bottom Right):** Titled "Criar conta". Prompt: "Ao criar uma conta você aceita os Termos de Serviço da 'COLABORA'". Button: "CRIAR".

Fonte: João Felipe Picolo.

Caso já possuam cadastro, poderão realizar login clicando em **Entrar** com o e-mail e senha (Figura 22).

Figura 22 – Tela de Login

The image shows a single login screen titled "Entrar" with a blue background and a white back arrow in the top-left corner.

- Field 1:** Prompt: "E-mail ou nome de usuário". Input field: "felipebueno@gmail.com".
- Field 2:** Prompt: "Senha". Input field: "\*\*\*\*\*".
- Button:** "ENTRAR".

Fonte: João Felipe Picolo.

Após realizar login os usuários serão redirecionados para a home (Figura 23). Nesta tela será exibido o menu oculto, barra de busca, ícone do aplicativo, botão para adicionar *story*, *stories* postados, os conteúdos publicados no aplicativo e os botões para envio dos arquivos, composto por imagem, texto, vídeo e áudio.

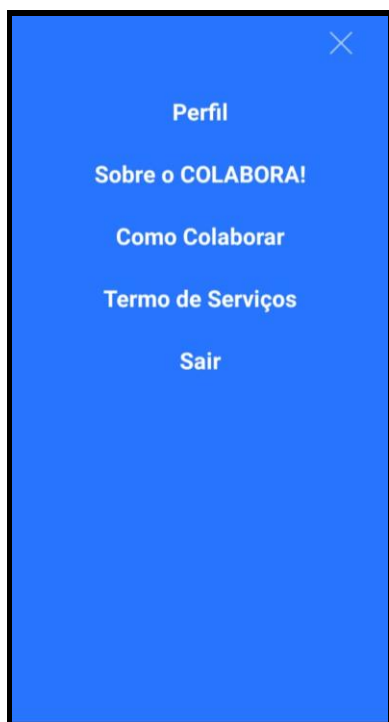
Figura 23 – Tela Home



Fonte: Captura de tela do protótipo do aplicativo “Colabora!”  
Acesso em: 24 nov. 2019.

Ao clicar no ícone **Menu** aparecerá na tela as opções **Perfil**, **Sobre o “Colabora!”**, **Como Colaborar**, **Termos de Serviço** e **Sair** (Figura 24).

Figura 24 – Tela de Menu



Fonte: Captura de tela do protótipo do aplicativo “Colabora!”  
Acesso em: 24 nov. 2019.

**Perfil:** serão exibidos a foto e os dados do usuário, quantidade de colaborações, quantidade de seguidores e de pessoas que o usuário segue, sendo possível exibir todos os seguidos/seguidores, além da lista com as colaborações do usuário. Também é possível editar as informações de contato, senha e foto de perfil (Figura 25).

Figura 25 – Tela de Perfil



Fonte: Captura de tela do protótipo do aplicativo “Colabora!”  
Acesso em: 24 nov. 2019.

O item **Sobre o “Colabora!”** (Figura 26) será composto pela descrição do aplicativo e informações sobre o desenvolvimento do projeto, com o seguinte texto:

“Desenvolvido como Trabalho de Conclusão de Curso, o aplicativo “Colabora!” é um produto jornalístico que visa trabalhar com a produção de conteúdo através da colaboração da comunidade acadêmica da Facopp – Faculdade de Comunicação Social da Unoeste (Universidade do Oeste Paulista). O objetivo é transformar as colaborações em conteúdo jornalístico e fazer com que os colaboradores usem o espaço como uma rede social de notícias.

O aplicativo desenvolvido pelos alunos Jaqueline Ornelas Piva, João Victor Martins Lima, Mariane Aparecida Pracânica, Melyssa Santos da Silva e Wellington José Camuci, sob a orientação da Profa. Me. Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo, tem como objetivo de implantar uma nova plataforma de colaboração.”

Figura 26 – Tela Sobre o “Colabora!”

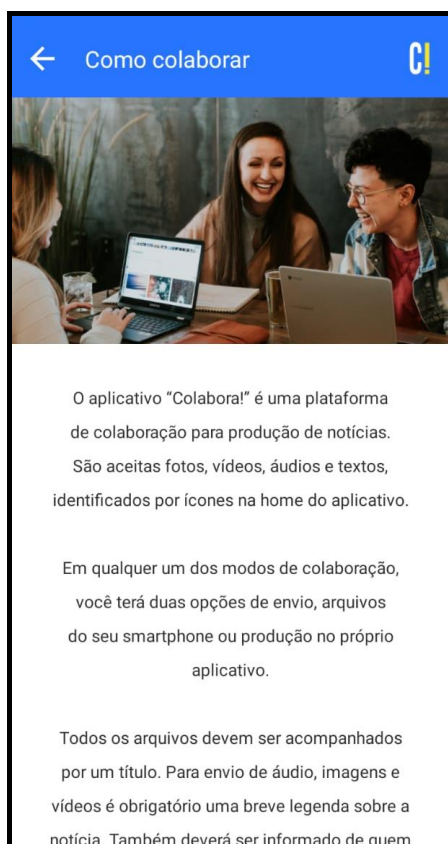


Fonte: Captura de tela do protótipo do aplicativo “Colabora!”  
Acesso em: 24 nov. 2019.

Em **Como Colaborar** estarão disponíveis as regras para envio tanto para material, como para os deveres dos usuários. Também terá uma explicação de como funcionará o processo após o envio para ciência do colaborador sobre a publicação ou não daquele conteúdo (Figura 27).



Figura 27 – Tela “Como Colaborar”



Fonte: Captura de tela do protótipo do aplicativo "Colabora!"  
Acesso em: 24 nov. 2019.

**Como Colaborar** trará o seguinte texto:

“O aplicativo ‘Colabora!’ é uma plataforma de colaboração para produção de conteúdo. São aceitas fotos, vídeos, áudios e textos, identificados por ícones na home do aplicativo.

Em qualquer um dos modos de colaboração, você terá duas opções de envio, arquivos do seu smartphone ou produção no próprio aplicativo.

Todos os arquivos devem ser acompanhados por um título. Para envio de áudio, imagens e vídeos é obrigatório uma breve legenda sobre a notícia. Também deverá ser informado de quem é a foto ou o vídeo.

Após preencher todas as informações solicitadas é só clicar no botão colaborar. Pronto! Sua colaboração foi registrada.

Todas as notícias enviadas serão analisadas e apuradas pela equipe no período de um dia útil, antes de serem disponibilizadas no aplicativo.

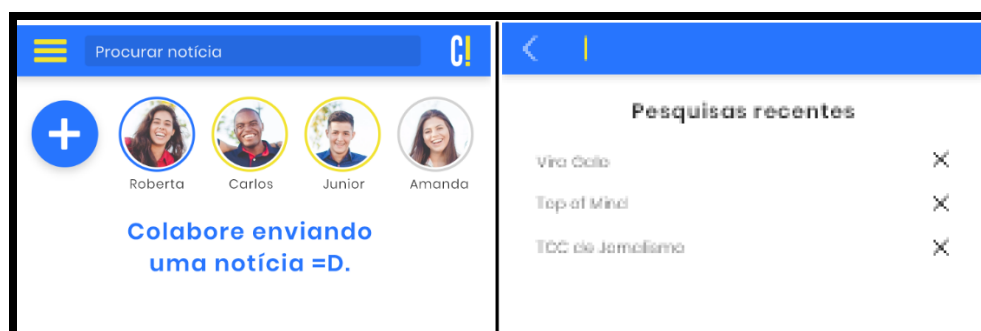
Também é possível colaborar no *story* do aplicativo. Essas colaborações são publicadas imediatamente após o envio, mas podem ser retiradas do ar se houver denúncia de qualquer colaborador ou se a equipe do ‘Colabora!’ julgar que há conteúdo ofensivo ou que não seja pertinente com os objetivos do aplicativo.”

Em **Termos de Serviço** (Apêndice B), o usuário terá acesso aos direitos e deveres como colaborar, consultar o que pode e o que não pode dentro do aplicativo, inclusive as penas, punições e sanções cabíveis. Ele ainda terá informações sobre questões de direitos autorais e ao se cadastrar, o usuário concorda com estes termos.

Em **Sair**, o usuário volta para a página de login inicial.

A Barra de busca possibilita que o usuário pesquise notícias já postadas através de palavras-chave e, também, busque por outros usuários (Figura 28).

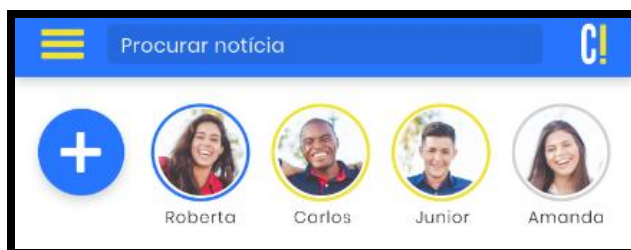
Figura 28 – Barra de busca



Fonte: João Felipe Picolo.

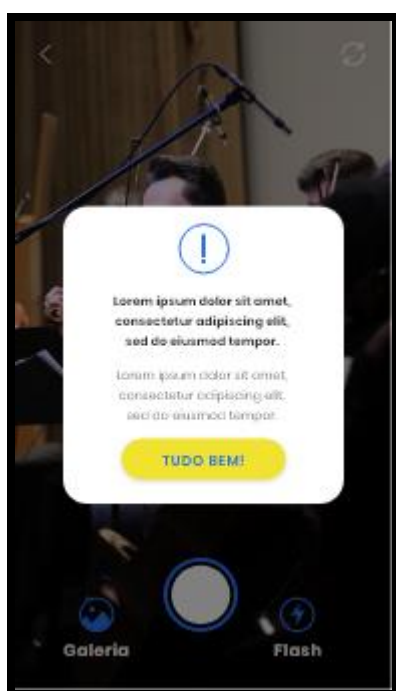
**Stories:** Na tela de home, o aplicativo terá a barra de *stories* composto pelo botão + para adicionar um novo *story* e os *stories* adicionados por outros usuários, exibidos pela ordem de interesse, primeiro os *stories* de quem o usuário segue e depois os de outros usuários.

Nos stories serão utilizadas três cores para identificar ações já executadas: em azul são os novos *stories*; em amarelo são os com exibição iniciadas e em cinza são os já exibidos (Figura 29).

Figura 29 – *Stories*

Fonte: João Felipe Picolo.

Ao selecionar o botão + para adicionar um novo *story*, o usuário será alertado com um pequeno texto que explica o que pode ser adicionado, devendo clicar no botão **Tudo Bem!** para que possa prosseguir (Figura 30).

Figura 30 – Alerta para *story*

Fonte: João Felipe Picolo.

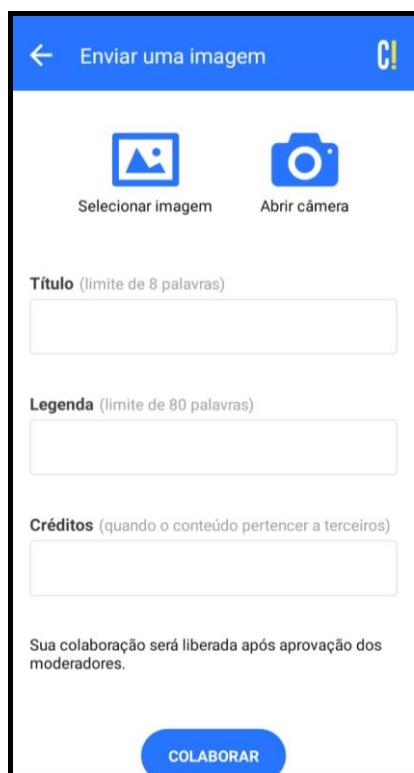
Todos os *stories* adicionados poderão ser denunciados por outros usuários. Para isso, basta clicar no botão ! no canto inferior direito. O *story* denunciado será excluído imediatamente (Figura 31) até que a equipe avalie se volta ou não.

Figura 31 – Tela para denunciar *story*

Fonte: João Felipe Picolo.

Voltando à tela **Home**, existem quatro opções para envio de conteúdo: imagem, texto, vídeo e áudio. Ao clicar no botão **Imagem** na tela home, o aplicativo oferece duas opções de envio: por registro de foto que pode ser feito por meio do próprio aplicativo ou por seleção de imagem na galeria do celular. Para ambas as formas de envio, é necessário adicionar um título, uma legenda com uma breve descrição do fato que a imagem registra e o autor da fotografia. Em seguida, é preciso clicar no botão **Colaborar** (Figura 32).

Figura 32 – Tela de colaboração - Imagem

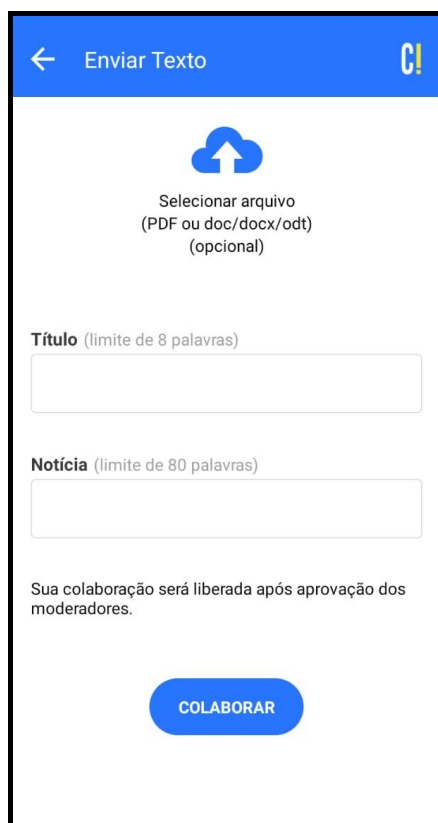


A captura de tela mostra a interface de usuário do aplicativo 'Colabora!'. No topo, há uma barra azul com o texto 'Enviar uma imagem' e um ícone de 'C!' à direita. Abaixo, há dois ícones: um de uma imagem com o texto 'Selecionar imagem' e um de uma câmera com o texto 'Abrir câmera'. Seguem-se três campos de texto: 'Título (limite de 8 palavras)', 'Legenda (limite de 80 palavras)' e 'Créditos (quando o conteúdo pertencer a terceiros)'. Abaixo dos campos, há um aviso: 'Sua colaboração será liberada após aprovação dos moderadores.' No rodapé, há um botão azul com o texto 'COLABORAR'.

Fonte: Captura de tela do protótipo do aplicativo "Colabora!"  
Acesso em: 24 nov. 2019.

Ao clicar no botão **Texto**, o usuário poderá redigir seu texto ou enviar um anexo de leitura. O arquivo é opcional sendo obrigatório apenas escrever um título e seu texto. Caso queira enviar um arquivo, este poderá ser nos formatos doc/docx/odt ou PDF. Para concluir, basta clicar no botão **Colaborar** (Figura 33).

Figura 33 – Tela de colaboração – Texto



Fonte: Captura de tela do protótipo do aplicativo “Colabora!”  
Acesso em: 24 nov. 2019.

Da mesma maneira de colaborar com imagem, clicando no botão **Vídeo**, o aplicativo oferece ao usuário duas opções de envio: pela própria câmera do celular embutida no aplicativo ou pela seleção na galeria do celular. Para as duas formas, é necessário que o usuário adicione um título, uma legenda do que está sendo registrado, além do nome do autor do vídeo. O vídeo deve ter até três minutos nos formatos AVI, MOV, MP4 e WMV. Para concluir o envio, basta seguir o passo descrito acima.

Ao selecionar o ícone de **Áudio**, o usuário poderá gravar ou carregar da galeria. Em ambas as formas, o tamanho do áudio deve conter até dois minutos. Para concluir, o usuário deve acrescentar um título e descrição da colaboração. Por fim, há o botão **Colaborar**, onde deve ser selecionado para finalizar e enviar a colaboração. Em qualquer uma das quatro formas de envio de conteúdo, o usuário deve colocar um título de até oito palavras. A legenda, descrição ou notícia está limitado a, no máximo, 80 palavras.

As colaborações recebidas passarão por fases, sendo apuração, produção, edição e publicação. Toda colaboração recebida passará por um filtro, inclusive para avaliar se será publicada imediatamente no aplicativo ou se será desenvolvida como reportagem ao Portal e publicada no app posteriormente e com link ao Portal Facopp. A apuração será feita pelos alunos a partir das informações enviadas pelo colaborador.

A produção das matérias será feita conforme o formato do material enviado, caso seja apenas foto, elas serão selecionadas e irão compor uma galeria. No caso de textos, passará por apuração, produção e edição e assim por diante de acordo com o formato. A edição seguirá critérios jornalísticos para a publicação, sendo eles, noticiabilidade, interesse público, relevância, valor-notícia. As colaborações serão avaliadas em até um dia útil.

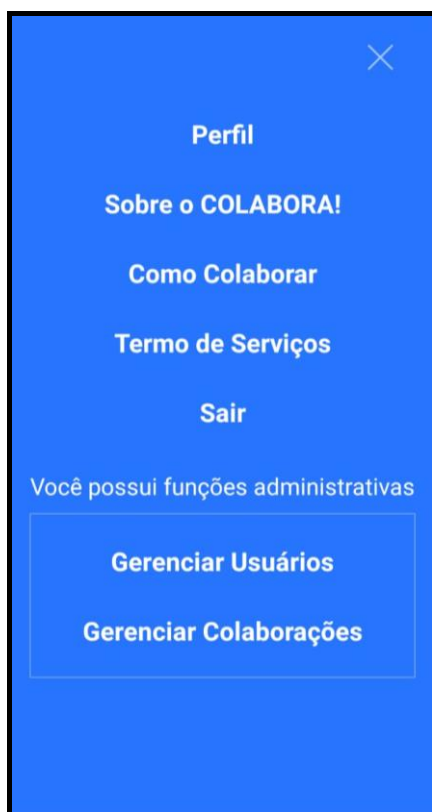
O aplicativo contará com uma área para administrador, onde a equipe responsável terá controle sobre tudo o que os usuários publicarem, como colaboração, evitando possíveis usos indevidos, aprovando colaborações para que o usuário seja notificado sobre o recebimento da sua colaboração e a publicação das matérias com link para o Portal Facopp, onde serão postadas na íntegra.

A equipe “Colabora!” terá acesso e controle dos seguintes itens:

- Postagem no *story*, para apagar em casos de publicações que fogem das normas do “Colabora!”;
- Banimento de usuários em casos de não cumprimento das normas;
- Acesso aos arquivos enviados;
- Envio de posts com as matérias;
- Edição de materiais já postados;
- Acesso aos dados dos colaboradores em caso da necessidade de ser feito contato para apuração;

No acesso como administrador, além das opções mostradas na Figura 24, no Menu terão as opções **Gerenciar Usuários** e **Gerenciar Colaborações** (Figura 34).

Figura 34 – Menu do Administrador

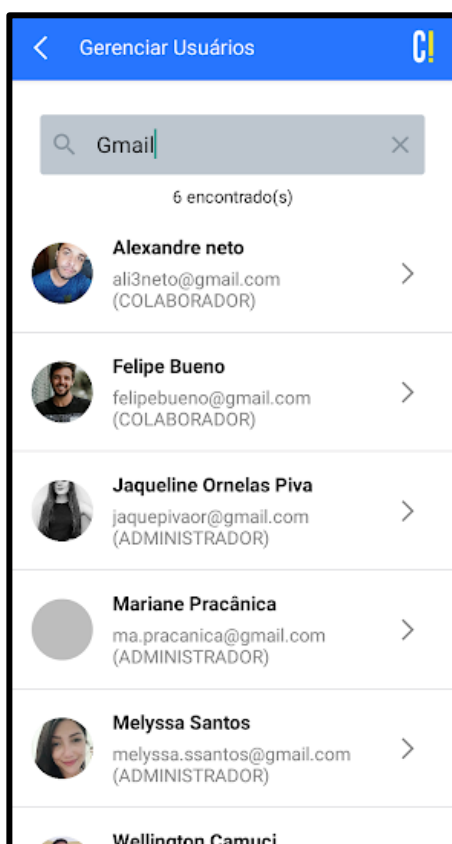


Fonte: Captura de tela do protótipo do aplicativo "Colabora!"  
Acesso em: 24 nov. 2019.

Na opção **Gerenciar Usuários** o administrador terá acesso à lista de usuários cadastrados no aplicativo (Figura 35)



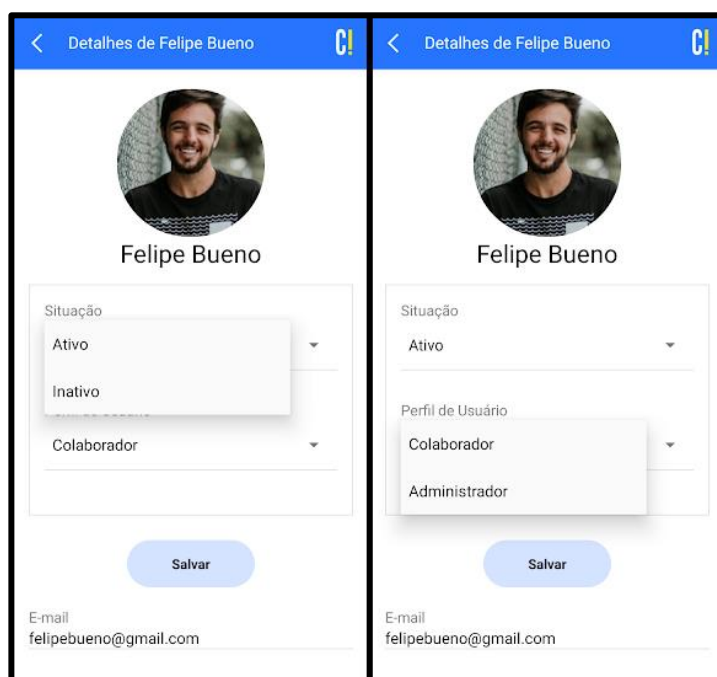
Figura 35 – Tela “Gerenciar Usuários”



Fonte: Captura de tela do protótipo do aplicativo “Colabora!”  
Acesso em: 30 set. 2019.

Ainda na opção **Gerenciar Usuários**, os administradores poderão inativar usuários e administrar o perfil como colaborador ou administrador (Figura 36).

Figura 36 – Administração de Usuário



Fonte: Montagem com capturas de tela do protótipo do aplicativo “Colabora!”  
Acesso em: 30 set. 2019.

Na opção **Gerenciar Colaborações** o administrador verá a lista de colaborações pendentes de análise (Figura 37).

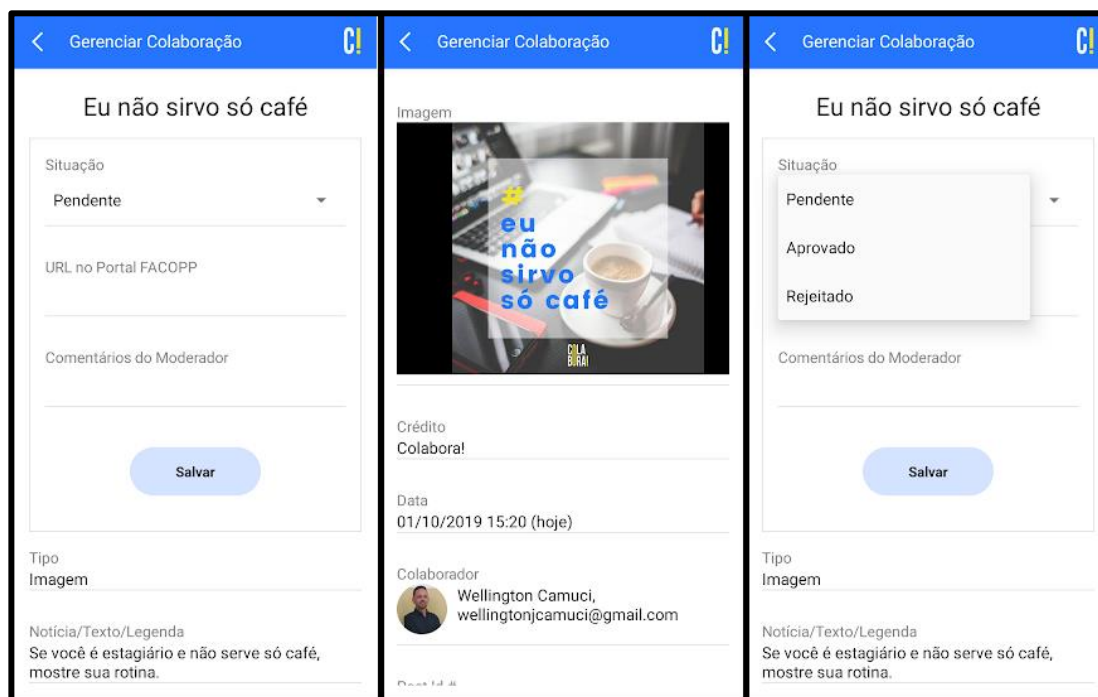
Figura 37 – Colaborações Pendentes



Fonte: Captura de tela do protótipo do aplicativo "Colabora!"  
Acesso em: 24 nov. 2019.

Ao selecionar a colaboração, os administradores poderão visualizar os detalhes do envio, editar o conteúdo, adicionar URL, caso seja uma matéria no Portal Facopp, adicionar comentários, aprovar ou rejeitar o conteúdo (Figura 38).

Figura 38 – Gerenciamento de Colaborações



Fonte: Montagem com capturas de tela do protótipo do aplicativo “Colabora!”  
Acesso em: 30 set. 2019.

Após a apuração e checagem das informações enviadas pelos colaboradores, os administradores acessarão o gerenciamento para atualização do status da colaboração. O colaborador será notificado sempre que houver alteração do status. Se aprovado, o conteúdo irá automaticamente para o *feed*.

## 6.8 Recursos Técnicos

Os recursos técnicos utilizados para a produção de conteúdos através do uso de aplicativo para colaboração serão smartphones e computadores pertencentes aos integrantes e laboratórios da Facopp.

Para o desenvolvimento do aplicativo, serão utilizados recursos técnicos referentes ao design do aplicativo que será realizado por João Felipe Pegos Pico, e à equipe de programação da Faculdade de Informática de Presidente Prudente (Fipp) que irá desenvolver.

Caso seja necessário a produção de imagens para determinadas matérias, serão utilizados os equipamentos e serviços disponibilizados pelos laboratórios da

Facopp, como câmera fotográfica, câmera filmadora, tripé, edição de imagens e gravação de áudio.

## 6.9 Recursos Financeiros

A criação do layout do aplicativo foi realizada por um profissional com custo inicial de R\$ 675,00, podendo aumentar de acordo com a necessidade de novas páginas. Para o desenvolvimento e programação, dois estagiários sob a orientação do Prof. Me. André Menegassi da Faculdade de Informática de Presidente Prudente (Fipp) serão responsáveis, assim não terão custos.

Todos os gastos e investimentos para a produção do aplicativo, produção de conteúdo, transporte, ou qualquer outro fator que esteja relacionado ao projeto, serão listados e divididos igualmente entre todos os integrantes. Para melhor organização, guardar notas fiscais e comprovantes, garantindo que ninguém seja prejudicado e para garantir um controle de despesas.

## 6.10 Recursos Humanos

Orientados pela professora Carolina Mancuzo, os integrantes do projeto ficarão responsáveis por todo o processo de produção de notícia através de colaborações, visando permitir que todos possam conhecer e vivenciar cada passo do processo, fazendo a troca de funções estipuladas em um cronograma. Dessa forma, todos passarão pelas funções, em forma de rodízio.

## 6.11 Funções

- **Produtor:** Fica responsável pela produção da pauta. Reúne as informações sobre o assunto e dados das fontes. Fica responsável, também, por fazer contato com as fontes e coletar o máximo de informações para o próximo passo.
- **Repórter:** Produz os textos, faz as entrevistas necessárias com as fontes reportagens em áudio e vídeo e executa as pautas.
- **Repórter cinematográfico:** Responsável pela filmagem.

- **Fotógrafo:** É responsável pelos registros, que no caso, serão feitos se houver a necessidade de uma melhor produção, considerando que trabalharemos com colaborações.
- **Editor de texto:** Responsável pela revisão e modificações necessárias no texto produzido pelo repórter, para posteriormente seguir para a publicação.
- **Editor de imagem/áudio:** Responsável pela edição, seleção e refinamento de vídeos, fotos e áudios.

Para que as funções possam ser desempenhadas por todos os integrantes do grupo e que todas as colaborações enviadas possam ser devidamente apreciadas, apuradas e/ou compartilhadas, foi feito um cronograma (Tabela 1), em que o integrante fica de plantão online durante todo o dia e na Facopp no período noturno, sendo responsável por todas as funções e, se necessário, os integrantes podem desempenhar uma ou mais funções durante o plantão.

Tabela 1 – Cronograma de Plantão

<b>Dias da Semana</b>	<b>Plantonista</b>
Segunda-Feira	Wellington Camuci
Terça-Feira	Mariane Pracânica
Quarta-Feira	Jaqueline Piva
Quinta-Feira	João Martins
Sexta-Feira	Melyssa Santos

Fonte: Equipe “Colabora!”

## 7 MEMORIAL DESCRITIVO

### 7.1 A Ideia

No segundo semestre de 2018, no sexto termo da graduação, foi dado início à disciplina de Metodologia da Pesquisa em Jornalismo I, ministrada pela professora Maria Luísa Hoffman. A ideia de trabalhar com webjornalismo surgiu ainda no período de definição dos projetos.

O grupo mais improvável da Facopp se formou por afinidade no tema. Inicialmente o Wellington Camuci e a Jaqueline Piva optaram por trabalhar com jornalismo online e convidaram o restante do grupo. Mariane Pracânica e João Martins estavam em outro grupo e optaram por mudar. Já Melyssa Santos até então não havia decidido qual área do Jornalismo queria seguir com o TCC.

Em seguida, os estudantes conversaram com a coordenadora do curso, professora Carolina Mancuzo, que poderia ser a possível orientadora, e definiram que criariam um aplicativo de notícia colaborativa para a Facopp.

O pré-projeto foi baseado em referências teóricas sobre os temas webjornalismo, jornalismo colaborativo, aplicativos de notícias. Depois de o pré-projeto ser aprovado pela banca, durante as férias foram realizadas as leituras de livros e artigos sobre o tema escolhido para os fichamentos a peça teórica. No primeiro semestre de 2019, já no sétimo termo, os temas foram aprofundados e a primeira parte do TCC, a reflexão teórica sobre o tema, foi desenvolvida.

Como trata-se de um tema recente, em construção na atualidade, os pesquisadores sentiram necessidade de ouvir especialistas e o próprio mercado de trabalho para conseguirem mais informações sobre o que está sendo executado no que diz respeito a aplicativos de notícias e colaboração nesta plataforma. Foi então realizada uma entrevista via WhatsApp com o jornalista e escritor Bruno Rodrigues, para falar sobre o comportamento do usuário de internet e entender que tipo de texto o aplicativo deveria ter.

Como o aplicativo que estava sendo criado seria mais um produto da Facopp, foi acrescentado também um capítulo falando sobre todos os laboratórios da faculdade como: Portal Facopp, Webrádio Facopp, TV Facopp, Terceiro Setor, Fotografia, Assessoria de Imprensa e Agência Facopp.

## 7.2 Visita à Globo e Folha de São Paulo

Para conhecer melhor o trabalho com aplicativos de notícia, alguns integrantes do grupo viajaram até São Paulo para entrevistar jornalistas de veículos de comunicação que trabalhavam nessa área. As tratativas começaram em março com a ajuda da orientadora. Foram feitos contatos com o jornal Folha de São Paulo e Globo.

Com a Folha, toda a conversa foi com Roberta Braga, responsável por agendamentos. A entrevista foi agendada com Ygor Salles, editor da Home e Mídias Sociais, para o dia 05 de abril às 15h. Também foi tentado contato com o UOL, mas os pesquisadores não obtiveram sucesso.

Com a Globo, o contato foi com o Juan Crisafulli, da Globo Universidade, que ficou responsável por agendar uma entrevista com algum responsável pelo G1 ou do Globo Esporte, ambos produtos Globo que possuem aplicativos. Como nem todos os integrantes do grupo poderiam ir até São Paulo para realizar as entrevistas, foi decidido em comum acordo que a Jaqueline e o Wellington seriam os responsáveis por executar essa tarefa, uma vez que ambos tinham a disponibilidade para viajar.

Eles saíram de Presidente Prudente no dia 04 de abril às 23h. Chegando em São Paulo, foram direto à Globo, onde encontrariam Juan. Quando ele chegou, explicou que a entrevista seria com a jornalista Editora Supervisora de Reportagens Especiais da Globo News, Anna Karina Bernardoni, responsável pelo aplicativo “Na Rua”, que possuía o perfil muito parecido com o aplicativo que seria desenvolvido neste trabalho, por ser justamente de colaboração de notícias para a Globo News.

No período da manhã, fizeram um tour pelas instalações da Rede Globo, estúdios, switcher e redação. A entrevista com a Anna começou por volta das 14h30 e o foco da conversa foi no aplicativo: como surgiu a ideia, como funciona, qual o foco, etc.

Saindo da Globo foram para a Folha de S. Paulo. Lá conheceram a redação, as editorias e como tudo funciona. O Ygor, que seria entrevistado, teve um imprevisto e quem recebeu os estudantes foi a Lívia Marra, Repórter Especial e Redatora da Homepage da Folha. Ela explicou como funciona o aplicativo da Folha, a seleção de notícias, apuração e as notificações por push. Porém o veículo não trabalha com nenhum aplicativo colaborativo especificamente.



### 7.3 Design e Programação

Depois de aprovados pela banca de qualificação e feitas algumas correções apontadas pelas professoras Thaisa Bacco e Fabiana Alves, chegou o momento de dar vida ao projeto.

No final de junho foi feita uma reunião com o coordenador da Fipp, o professor Emerson Silas Dória, para explicar tudo o que seria necessário na questão de programação para o aplicativo. O mesmo mostrou todos os prós e contras e orientou sobre como funcionaria toda a parte da burocrática da programação. Ele disse que a equipe precisaria de um CNPJ internacional para poder colocar o aplicativo na loja da Apple e que isso levava cerca de seis meses e teria um custo, o que causou uma grande preocupação ao grupo. Então, a orientadora fez contato com o departamento de web da Unoeste, que autorizou o uso do CNPJ da Unoeste para indexar o aplicativo na loja da Apple. Em relação ao Google Play, ambos explicaram que a indexação acontece de maneira mais tranquila.

Também foi realizada, ainda em junho, uma reunião com o aluno do último semestre de Design Gráfico, João Felipe Pícolo, para que ele desenvolvesse todas as páginas do aplicativo. Foi realizado um contrato de serviço, com preço e prazos para entrega. O projeto editorial completo foi entregue ao estudante, que, com base nisso, desenvolveu todas as telas do app durante o mês de julho. Depois de pronto, ele enviou o projeto completo para avaliação. A equipe se reuniu mais uma vez para fazer algumas alterações e alinhar alguns detalhes. Ele atendeu as solicitações e enviou o projeto corrigido e ajustado.

Agosto começou com o layout de todas as páginas finalizado. Agora só era necessário apresentar à Fipp para que fosse dado início à programação. A reunião com o grupo da Faculdade de Informática foi realizada na segunda quinzena de agosto, pois houve atrasos devido à definição dos estagiários que ficariam responsáveis pelo projeto e, posteriormente, ao acidente de ônibus envolvendo alunos e professores daquele curso.

Com o prazo já apertado, foi realizada a reunião com o professor André Menegassi, da Fipp e mais dois estagiários que trabalhariam com ele no projeto para definir os detalhes da programação do aplicativo. Nesse encontro, o professor André informou que não seria possível entregar o aplicativo pronto até a data de entrega do TCC e estipulou um prazo para entregar algumas funções programadas até dia 30

de outubro. A informação preocupou bastante a equipe, pois a entrega do trabalho para a banca de qualificação aconteceria no dia 23 de outubro, o que significaria que não seria possível fazer a experiência do jornalismo até a banca. A equipe pediu aos integrantes da Fipp que esperassem até o dia seguinte para que definissem o que seria feito.

Uma nova reunião entre pesquisadores e orientadora no dia seguinte concluiu que a experiência de colaboração poderia começar com o lançamento do “Colabora!” por meio de duas redes sociais já existentes nos celulares do público da Facopp: Instagram e WhatsApp. Como o aluno Wellington Camuci tinha um chip a mais de celular, seria possível criar com este número um WhatsApp Business para o projeto. Os pesquisadores concluíram que seria muito mais interessante instituir primeiro a cultura de colaboração no público interno da Facopp com algo que eles já confiavam (Instagram e WhatsApp), para, a partir daí, criar uma marca e uma credibilidade associada ao nome e à imagem do “Colabora!”, para só depois lançar o aplicativo e pedir que as pessoas baixassem.

A orientadora então conversou novamente com os integrantes da Fipp e aceitou os prazos apresentados, inclusive para que a versão final fosse entregue apenas em 2020 com todas as necessidades apresentadas e outras sugestões colocadas pelos profissionais de informática. Com isso, ficou definido que, para a banca final do trabalho, fosse apresentado o protótipo do aplicativo e a experiência de colaboração nas redes sociais citadas. Sobre o lançamento, os pesquisadores concordaram em voltar no outro semestre, mesmo após formados, para fazerem o lançamento.

Feito isso, foram definidas, data para lançamento das redes sociais (10 de setembro), estratégia (lançamento com explicação em cada sala de aula da Facopp), o desenvolvimento de camisetas que já começariam a passar a identidade visual do projeto e faria com que os integrantes do projeto passassem a ser reconhecidos nos corredores da faculdade por esta marca, e a escala de plantão dos integrantes do grupo.

#### **7.4 Implantando a Cultura Colaborativa na Faculdade**

Com as tarefas definidas, chegou o momento de serem criadas as contas nessas redes sociais, fazer as camisetas para a divulgação e uso nos dias de

plantão e o desenvolvimento dos posts iniciais para os novos integrantes conhecerem o projeto ao entrar no Instagram. Foi definido também que o Instagram seria a rede social de visibilidade ao projeto, onde seriam compartilhadas colaborações que não tinham potencial de reportagem e no qual houvesse produção de conteúdo que estimularia a colaboração. Além da divulgação das matérias que fossem levadas ao Portal Facopp pela colaboração de usuários.

Foram definidos os critérios para que a colaboração virasse matéria, nota, story ou apenas post. As colaborações com mais relevância seriam apuradas e publicadas no Portal Facopp com o selo “Colabora!”, que significaria que foi matéria fruto de contribuição. Para isso, foi desenvolvido o selo do projeto, conforme figura 17, apresentada no capítulo anterior.

No dia 10 de setembro, os futuros jornalistas passaram em todas as salas da Facopp para divulgar o projeto e convidar os alunos para seguir o perfil no Instagram e colaborar por meio do direct desta rede social e também por WhatsApp. No mesmo dia, houve o aumento de mais de 200 seguidores e o pessoal já começou a enviar colaborações.

O integrante do grupo, João Martins, ficou responsável por produzir uma matéria falando sobre o lançamento do “Colabora!”. A intenção era que o público da Facopp pudesse acessar o Portal Facopp para ficar por dentro dos próximos acontecimentos.

O dia seguinte após o lançamento do “Colabora!”, foi 11 de setembro e completava 18 anos do atentado às Torres Gêmeas. Foi feita uma postagem mostrando que as primeiras manchetes sobre este ocorrido, materiais para reportagens e investigações foram possíveis graças a registros por meio de câmeras e celulares de pessoas comuns que presenciaram o momento do ataque (Figura 39).

Figura 39 – Post 11 de Setembro



Fonte: Captura de tela post do “Colabora!” no Instagram.  
Acesso em: 09 out. 2019

A primeira matéria com o selo “Colabora!”, foi sobre o Manas Podcast, que também é um projeto de TCC orientado pelo professor Roberto Mancuzo no qual as alunas tratam de assuntos do universo feminino. A colaboração, neste caso, aconteceu por meio de *Stories* no Instagram. A apuração foi feita inicialmente pelo Instagram e o stories repostado. Por se tratar de uma prática diferente na faculdade, onde as meninas fizeram uma oficina de podcast. O Portal não tinha o assunto em pauta e nós produzimos o conteúdo por sua relevância no âmbito acadêmico. O texto foi da integrante do grupo Jaqueline Piva e a colaboração da aluna Taylane Fernandes, integrante do grupo de TCC Manas (Figura 40).

Figura 40 – Primeira matéria no Portal Facopp



Fonte: Captura de tela do site Portal Facopp. Disponível em <http://facopp.unoeste.br/facopp/podcast-manas-oferece-oficinas-dentro-e-fora-da-facopp/>. Acesso em 30: set. 2019

Em seguida, o integrante do grupo, João Martins produziu uma matéria sobre a estudante de Publicidade e Propaganda, Letícia Ramos, que contou sua experiência na área de comunicação como aluna e estagiária. Ela fez uma publicação em formato de post no Instagram dela e marcou o “Colabora!”. Em seguida, foi realizado o contato com a estudante por meio do WhatsApp e a apuração foi feita pessoalmente.

A terceira matéria foi um dos momentos mais marcantes para a equipe do projeto, pois foi de uma ex-aluna, da segunda turma de Jornalismo da Facopp, a jornalista Carin Ferraz, que conheceu o projeto pela própria internet e imediatamente, segundo ela contou posteriormente, sentiu necessidade de colaborar e enviou mensagens pelo direct do Instagram contando sua história. A colaboração aconteceu no dia do lançamento do projeto, data que o plantão era da estudante Mariane Pracânica. Ao longo da semana Mariane apurou as informações e recebeu

fotos do projeto de Carin, tudo via WhatsApp. Esta foi então a terceira reportagem produzida no Portal Facopp com o selo “Colabora!” (Figura 41).

Figura 41 – Terceira matéria no Portal Facopp



Fonte: Captura de tela do site Portal Facopp. Disponível em <http://facopp.unoeste.br/facopp/jornalista-produz-jornal-a-distancia-por-meio-da-internet/>. Acesso em 30: set. 2019

Seguindo a linha de produções próprias no Instagram do “Colabora!”, com o objetivo de estimular a colaboração, foi desenvolvida uma postagem mostrando que o aplicativo Waze usa como base a colaboração dos usuários no qual estes podem alertar sobre condições de trânsito e climáticas, blitz policiais, acidentes, entre outras informações contribuindo para que toda a comunidade que utiliza este app, possa ter melhores trajetos.

Na semana de provas, sabendo que poderia ser um período com menor número de colaborações, foi criado um post para interação com os alunos perguntando quais eram as dicas de estudos que eles poderiam dar para os colegas. Alguns jovens comentaram a publicação contando seus métodos e outros

postaram fotos em seus próprios *stories* mencionando o @appcolabora, que foram repostados no perfil do projeto.

É importante frisar que, de acordo com critério definido em orientação, nenhuma publicação, mesmo aquelas que marcam o “Colabora!” nos *stories*, acontece sem que o plantonista do dia faça contato com a pessoa que marcou, pegue mais informações sobre o que está acontecendo para, no caso só de republicação em *stories*, esta aconteça dando informações a mais sobre a cena publicada (Figura 42).

Figura 42 – *Story* publicado no Instagram



Fonte: Captura de tela do *story* do “Colabora!” no Instagram.  
Acesso em: 09 out. 2019

Ainda na semana de provas, que seria a última semana do mês de setembro, a equipe do “Colabora!” resolveu se unir à campanha da Unoeste e promover a última quarta-feira de setembro, onde todos vestiriam amarelo. Foi organizado então um movimento via Instagram do “Colabora!”, que foi replicado no Instagram oficial da Facopp, onde alunos, funcionários e professores convidavam o pessoal da faculdade para irem de amarelo apoiar essa causa. Para isso, a colaboração aconteceu por meio de pedidos da equipe a essas pessoas, que

postassem em seus próprios *stories*, marcassem o @appcolabora para que fosse repostado nos *stories* do app.

Esta decisão de organizar um movimento pelo projeto dividiu bastante a equipe sobre o papel do “Colabora!” Até que ponto a colaboração poderia ser “imposta” ou até que ponto o próprio projeto, em sua natureza, poderia lançar uma campanha própria. Neste caso, ficou definido que não existem regras ou limites que impeçam ações realizadas do “Colabora!” para a comunidade, pois trata-se de um projeto inovador e sem padrões pré-estabelecidos. Desta forma, por que não estimular e envolver o público afim de ajudá-lo a entender a cultura de colaboração que se pretendia ali? Porém, a equipe julgou que, em casos como esse, o resultado final deve ficar restrito ao Instagram e não deve ser produzida matéria com selo “Colabora!” no Portal Facopp, pois não se trata de uma colaboração espontânea no app. No dia, então, foram republicadas todos os *stories* marcados de pessoas que vestiram amarelo “respondendo” ao movimento criado e, no dia seguinte, foi criado um post no Instagram do projeto, aprofundando o tema suicídio, para não deixar a ação restrita apenas a superficialidade de se vestir amarelo (Figura 43). Neste mesmo post foram republicadas as fotografias fruto de colaboração de quem aderiu ao movimento.



Figura 43 – Post campanha Setembro Amarelo



Fonte: Montagem com capturas de tela do Instagram.  
 Acesso em: 13 out. 2019.

Para a postagem seguinte, ainda como fim de educar o colaborador, foi criada a tag chamada #eunãoservosocafe, no qual os alunos poderiam contar suas experiências como estagiários. A primeira estudante que colaborou foi a Beatriz Duarte, do 8º termo de Jornalismo, que faz estágio na TV Bandeirantes. Ela mostrou como é a sua rotina de trabalho na produção do programa Band Mulher compartilhando no seu próprio Instagram, marcou o @appcolabora e foi compartilhado nos *stories* da conta aplicativo.

João Martins também produziu uma matéria sobre uma exposição de fotografias de arte urbana, exibida em um espaço público da cidade de Presidente Prudente. As fotos foram tiradas pela ex-aluna da Facopp e publicitária, Rayana Cabrera, sendo uma das colaboradoras, junto com Karina Nogueira, uma das organizadoras da exposição.

A colaboração do aluno do segundo termo de Jornalismo, Ramon Alves Diniz, também virou matéria para o Portal Facopp produzida por Mariane Pracânica, que mostrou o Projeto Integrador desenvolvido pelo pessoal do 2º termo de

Jornalismo e Publicidade e Propaganda na nova grade curricular, no qual eles estavam criando um site com a temática “Síndrome de Down”. O estudante enviou sua colaboração por meio de marcação nos *stories*, o “Colabora!” compartilhou e Mariane foi pessoalmente entrevistar alguns integrantes do trabalho. Outros participantes também foram entrevistados por WhatsApp.

No dia do 7º Colóquio Facopp, foram compartilhados todos os *stories* do pessoal que marcava o aplicativo nas publicações das apresentações, inclusive a apresentação da equipe do “Colabora!” Também foram compartilhadas fotos da apresentação.

A colaboração do professor Thomas Aguilera e da modelo Mariana Menotti rendeu mais um texto com o selo “Colabora!”. A integrante do grupo, Melyssa Santos, entrevistou os alunos e ex-aluna que participaram da campanha publicitária do vestibular de Comunicação. A integrante precisou contar com a ajuda dos demais para entrar em contato com as fontes da matéria, pois não conseguia acessar o Instagram. A matéria, além de falar sobre o vestibular, continha o perfil dos alunos ex-aluna que seriam as carinhas que representariam a Facopp.

Após pegar o contato de Thomas Aguilera, Mariana Menotti, Felipe Piquione e Barbara Candido por *direct* do Instagram, as entrevistas foram feitas por WhatsApp, com perguntas iguais para todos, com o objetivo de entender o que a Facopp significava para cada um deles, como eles se sentiam representando a faculdade, o que eles faziam no meio em que cursam e como foi a experiência de serem garotos propagandas. As fotos utilizadas na matéria foram cedidas por Carol Mancuzo e Thomas Aguilera. Por se tratar da primeira matéria da integrante partindo do “Colabora!”, A integrante teve dificuldade quanto ao prazo, pois teve que conciliar entrevistas, transcrições e rotina de estágio.

A estudante Larissa Oliveira foi a próxima colaboradora que contribuiu contando sua experiência em aplicar uma oficina de fotografia com jovens da Associação do Oeste Paulista de Síndrome de Down (AoPDown). A matéria foi escrita pela integrante do grupo, Mariane Pracânica.

A segunda participante do #eunaosirvosocafe foi a estagiária da TV Facopp, Heloísa Lupetini. Ela contou para os seguidores do “Colabora!” como funciona o trabalho da equipe de estagiários desse laboratório da faculdade. No dia seguinte, a aluna Michele Santos também colaborou mostrando como funciona na prática o trabalho dentro de uma emissora de rádio.

Os alunos do curso de Publicidade e Propaganda também mostraram seu trabalho com o Projeto Vira Galo, no qual o objetivo era buscar soluções para problemas de comunicação de uma empresa do terceiro setor. A colaboração foi estudante Lucas Alves e o texto foi escrito por Wellington Camuci.

Em mais uma postagem para incentivar a participação das pessoas com o “Colabora!”, foi contada a experiência da jornalista Amanda Serafim sobre como a participação do público por meio das redes sociais, em especial o WhatsApp, faz toda diferença no trabalho dela como produtora no jornalismo da TV Bandeirantes de Presidente Prudente.

No dia do professor, além da postagem comemorativa parabenizando os profissionais, a equipe do “Colabora!” desenvolveu duas postagens para a interação com o público nos *stories*. Na primeira tinha a frase: “Feliz dia do ‘Já tem atividade no aprender’, ‘Quero o resumo desse livro de 298 páginas para amanhã’ e ‘A prova está fácil para quem estudou’”, e ainda foi colocada a caixa de perguntas do Instagram com seguinte questionamento: “Qual frase de seu professor ou professora te faz chorar?”.

Na segunda postagem foi criado um *template* para os alunos contarem qual eram os professores que ministravam suas disciplinas preferidas e as mais temidas, os que amam uma atividade no Aprender, os que adoram um seminário, os que mais fazem os alunos rirem nas aulas e os que gostam de contar uma história. Essas brincadeiras renderam um feedback positivo do pessoal da faculdade. Muitos alunos participaram e os professores acabaram compartilhando nos próprios *stories* deles.

A próxima matéria feita por meio da colaboração de facoppianos foi com o aluno Evandro Brandi Marques, que ministrou uma oficina de Facebook na cidade do Rio de Janeiro como trabalho da disciplina de Comunicação e Educação. O texto foi escrito pela integrante Melyssa Santos, mais uma vez com a ajuda nos demais integrantes para pedir o contato da fonte, por não ter acesso ao Instagram. A matéria parecia ser simples por se tratar de apenas uma fonte, mas o entrevistado tinha muita coisa para contar, o que prendeu a integrante na transcrição dos áudios da entrevista. O processo de postagem no site do Portal Facopp demorou um pouco, o que fez com que algumas alterações de datas e tempo, tivessem que ser alteradas após a produção. As imagens utilizadas na matéria foram cedidas pela fonte.

A estudante do 8º termo de jornalismo, Rayeni Blandt Emerich também contribuiu para que mais um texto no portal Facopp tivesse o selo “Colabora!” A matéria produzida pelos alunos João Martins e Mariane Pracânica falou sobre a visita de alunos da escola Monteiro Lobato, da cidade de Sandovalina, para um bate-papo sobre Comunicação com professores das áreas de Jornalismo e Publicidade e Propaganda.

Uma oficina de fotografia com o objetivo de enaltecer o movimento feminino negro também virou matéria fruto de colaboração. O projeto foi realizado pela Beatriz Duarte, também como resultado do trabalho de Comunicação e Educação do 8º termo de Jornalismo e a contribuição foi da ex-facoppiana, Sidnéia Lins. Quem escreveu o texto foi a Mariane Pracânica, que acompanhou pessoalmente a oficina, fez fotos e vídeos para os *stories* do “Colabora!”, e também entrevistou as participantes.

Em mais um #eunaosirvosocafe, a estudante do 8º termo de Jornalismo, Bianca Pereira, contou um pouco da sua rotina de estágio em uma rádio de Presidente Prudente. Ela compartilhou os vídeos nos *stories* da sua própria conta no Instagram e marcou o @appcolabora. Assim como ela, sua colega de sala, Priscila Veneno também compartilhou um pouco do seu dia-a-dia como estagiária de uma agência de publicidade.

Houve mais uma colaboração referente ao trabalho de Comunicação de Educação do 8º termo de Jornalismo. Desta vez a aluna Larissa Biassoti, juntamente com sua irmã que é estudante de direito, Letícia Biassoti mostraram o projeto de iniciação científica que realizaram e aplicaram com adolescentes do ensino fundamental da escola estadual Professora Maria Luiza Formozinho Ribeiro. A professora Fabiana Alves entrou em contato com a integrante do “Colabora!”, Mariane Pracânica por meio do WhatsApp, solicitando que alguém do grupo fosse até a escola cobrir o evento no qual as irmãs apresentariam os resultados dos materiais produzidos pelos alunos que participaram da intervenção.

A partir desse pedido da professora, o grupo entrou em uma discussão sobre os critérios de colaboração. A pergunta central era se seria apurado somente colaborações enviadas por meio de postagens nas redes sociais, inicialmente escolhidas como ferramenta de contribuição ou se demais tipos de sugestões sem ser por esses meios também seriam apuradas. Chegou-se à conclusão de que o grupo conseguiu ir além do objetivo proposto inicialmente. Que o público-alvo

entendeu o que era notícia dentro da faculdade e começou a identificar os integrantes do grupo como canal pessoal de comunicação. Por isso, foi optado por atender às demais formas de colaboração, fossem elas por meio de Instagram, WhatsApp, ligação telefônica, informação dada pessoalmente, dentre outros, desde que houvesse um critério de noticiabilidade.

Para a produção desta matéria, Mariane Pracânica foi até a escola acompanhar as apresentações, fazer fotos e vídeos tanto para o texto quanto para os *stories* do Instagram e também entrevistar os participantes. A escrita ficou por conta de Melyssa Santos. A viabilização da cobertura foi possível devido a abertura dos integrantes de colaborarem entre si, permitindo que nenhuma matéria seja deixada de lado em razão de imprevisto e afins.

O Thomas Aguilera foi considerado como o professor que mais interagiu com o “Colabora!” por meio de *stories*. E mais uma colaboração dele juntamente com o professor Alexandre Bavaresco e o aluno Felipe Piquione virou matéria. Desta vez foi para mostrar uma aula prática que o pessoal do 4º termo de Fotografia estava tendo sobre fotos gastronômicas em um restaurante da cidade de Presidente Prudente. João Martins foi o responsável por escrever essa matéria.

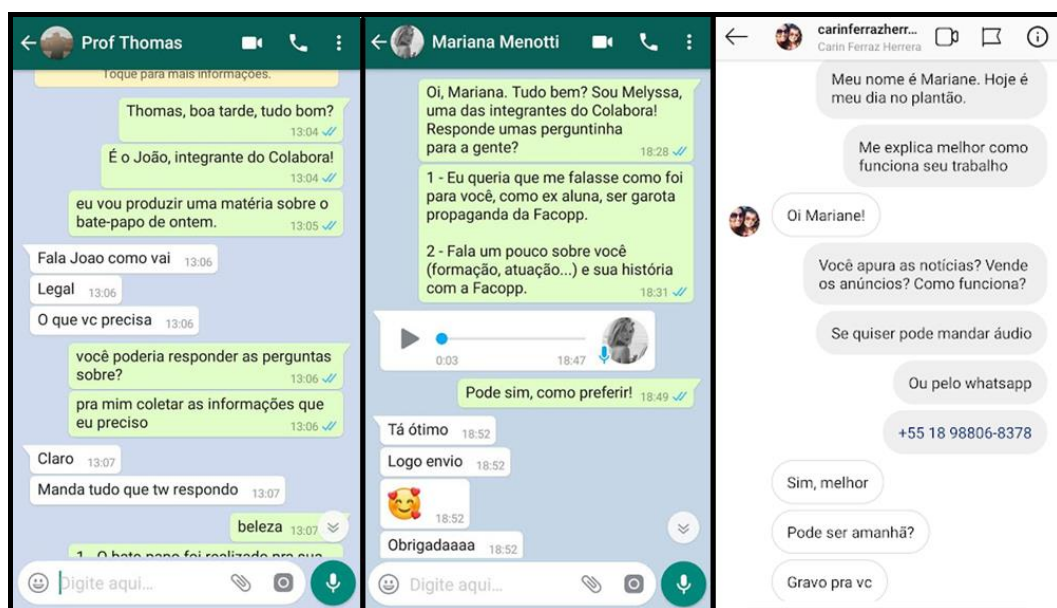
Em mais um pedido da professora Fabiana Alves com a colaboração da aluna Bianca Pereira, a Jaqueline Piva e João Martins produziram uma matéria falando sobre o Colóquio de Comunicação e Educação, no qual os estudantes do 8º jornalismo apresentavam o resultado de seus projetos de intervenção desta disciplina ministrada pela professora Thaísa Bacco.

Janaína Tavares também contribuiu para que mais uma matéria no Portal Facopp tivesse o selo “Colabora!”. Se tratava do lançamento do livro produzido por ela e mais três facoppianas como peça prática do projeto de TCC. A aluna Mariane Pracânica esteve presente no evento, produziu conteúdo para os *stories* do Instagram do aplicativo e fez as entrevistas pessoalmente e com algumas pessoas por WhatsApp para poder escrever a matéria.

Uma exposição fotográfica realizada pelos alunos do 2º termo de Fotografia na disciplina de História da Arte II também virou matéria para o Portal Facopp. A contribuição foi de Vitória Brasil e Vinícius Ishibashi. Quem escreveu foi Mariane Pracânica e João Martins e as entrevistas e coleta de fotos foram feitas por WhatsApp.

Todas as entrevistas realizadas para a produção das matérias, a apuração dos *stories* que o “Colabora!” foi marcado, foram feitas por mensagens pelo WhatsApp e Instagram (Figura 44), seguindo o conceito de jornalismo móvel, e apuradas pessoalmente também.

Figura 44 – Mensagens WhatsApp e Instagram



Fonte: Montagem com capturas de telas do WhatsApp e Instagram

#### 7.4.1 Experiências pessoais

Por ter sido ex-estagiário do Portal Facopp recentemente, João Martins não passou por tantas dificuldades na produção das suas matérias, pelo fato, de ter adquirido experiência durante o período do estágio e aprendido na prática, como produzir textos jornalísticos para o ambiente online. Com isso, esteve sempre disposto a ajudar os outros integrantes com opiniões e pequenas correções nas matérias, quando era solicitado.

Mariane Pracânica também já havia sido estagiária no Portal Facopp e estava mais familiarizada com a linguagem e o ambiente online. Portanto, não encontrou dificuldades na hora de escrever e produzir os textos. Porém, como não tinha muita experiência com design, enfrentou dificuldades em criar artes para posts do Instagram. Para isso, o grupo contou com a ajuda da integrante Melyssa Santos.

Os plantões do integrante Wellington Camuci eram nas segundas-feiras, dia com poucas colaborações e pouca interação na página do “Colabora!” no Instagram,

rendendo assim, apenas duas matérias para o Portal Facopp. Por não trabalhar na área e o único contato com a produção jornalística ter sido na faculdade, ele teve um pouco mais de dificuldade. Após o lançamento do “Colabora!”, o maior obstáculo era fazer com que o público-alvo entendesse como funcionava o trabalho, principalmente, nas entrevistas e apuração que a maioria das vezes eram realizadas por meio do próprio Instagram ou pelo WhatsApp. Com o tempo todos entenderam que a mobilidade é principal característica do Webjornalismo utilizada no desenvolvimento da peça prática.

Para a integrante Jaqueline Piva, os plantões foram produtivos, alguns mais animados que outros. Não teve dificuldades pra escrever, porém, algumas vezes acontecia de a fonte demorar em dar retorno, uma vez que tudo era feito por meio do celular.

Quando chegou no momento de colocar em prática a produção de matérias por meio de colaborações, já fazia bastante tempo que Melyssa Santos não praticava a escrita jornalística, o que fez com que a participante tivesse um pouco de insegurança e dificuldade para escrever. Após a primeira, as matérias seguintes foram produzidas com mais tranquilidade e em menor tempo. No geral, a prática fez com que pegasse o jeito e desenvolvesse as habilidades adquiridas durante todo o processo de aprendizagem dos quase quatro anos cursados.

Lembrando que todos os integrantes do grupo, no seu dia de plantão, desenvolviam todas as funções propostas: produtor, repórter, fotógrafo, etc. Além de ficarem responsáveis por interagir com o público no Instagram. Mas isso não os impedia de ajudar os outros colegas em dias que não era plantão, como ocorreu por diversas vezes.

## 7.5 Engajamento

Até o dia 27 de novembro houve a colaboração de 97 pessoas por meio de posts, *stories*, direct no Instagram e envio de conteúdo no WhatsApp. Percebeu-se que o público da Facopp participa principalmente pelo Instagram, sendo que na maioria das vezes por meio de *stories* na rede social. O WhatsApp teve baixa adesão, contando apenas com duas contribuições. Foram publicados 39 *stories* próprios e republicados 327 *stories* de colaborações, republicados dois posts, produzidas 16 matérias no Portal Facopp, além da produção de conteúdo próprio

com objetivo de estimular as colaborações, resultando em 31 posts da equipe. Atualmente o Instagram do “Colabora!” possui 534 seguidores.

A grande maioria dos seguidores possuem idade na faixa etária de 18 a 24 anos, com 52% do total. Em seguida, com 24% do total estão as pessoas de 25 a 34 anos, seguido daqueles que possuem entre 35 a 44 anos com 16%, de 45 a 54 anos com 4%, adolescentes de 13 a 17 anos estão entre 3% dos seguidores. Adultos com 55 a 64 anos estão como 1% do total de seguidores e acima de 65 anos o público é menor do que 1%. Sendo a maioria do público, pessoas do gênero feminino, com 61% e masculino com 39% do total (Figura 45).

Figura 45 – Informações faixa etária e gênero



Fonte: Captura de tela do Instagram  
Acesso em: 24 nov. 2019

Pode ser visto que os horários de mais acessos são os de 12h, 18h e 21h, levando a conclusão que o período do almoço, antes do horário de aula noturno e entre o intervalo de uma aula para outra são os que mais há visitas e interação do público (Figura 46).



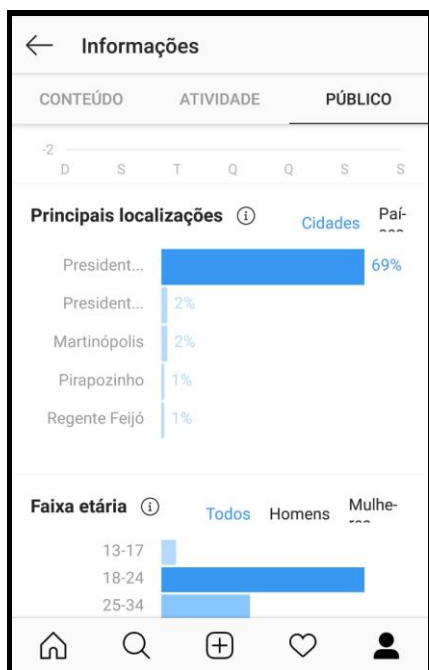
Figura 46 – Informações de horário



Fonte: Captura de tela do Instagram  
Acesso em: 24 nov. 2019

As cidades mais alcançadas são Presidente Prudente com 69% de participação do público, seguida de Presidente Venceslau e Martinópolis com 2% e Pirapozinho e Regente Feijó com 1% (Figura 47).

Figura 47 – Informações de localidades



Fonte: Captura de tela do Instagram  
Acesso em: 24 nov. 2019

Em última análise fornecida pelo próprio Instagram, houve 66 visitas no perfil e cliques no site no período de 17 a 23 de novembro. Sendo 3 no domingo, 7 na segunda-feira, 4 na terça-feira, 10 na quarta-feira, 11 na quinta-feira, 13 na sexta-feira e 18 no sábado (Figura 48).

Figura 48 – Informações atividades no perfil



Fonte: Captura de tela do Instagram  
Acesso em: 24 nov. 2019

Nos dados de descoberta no mesmo período, o perfil obteve a estimativa de 444 contas alcançadas que visualizaram alguma publicação do “Colabora!”. As impressões, que são o número total de vezes que as publicações foram vistas totalizaram 6.883, sendo que na semana anterior o número era de 3.092 impressões, o que significa que aumentou mais que o dobro de uma semana para outra (Figura 49).

Figura 49 – Informações de alcance



Fonte: Captura de tela do Instagram  
Acesso em: 24 nov. 2019

O *post* que mais gerou engajamento foi sobre a matéria feita com a aluna Beatriz Duarte, sobre a oficina de fotografia “Pérolas Negra” em que a estudante a autoestima e o empoderamento feminino negro, com um total de 548 visualizações. Em segundo lugar, ficou a postagem da apresentação da equipe do “Colabora!”, com 543 visualizações, seguida da publicação da matéria do estudante Evandro Brandi, no qual ele realiza seu projeto de Comunicação e Educação na cidade do Rio de Janeiro, com 474 visualizações (Figura 50).

Figura 50 – Informações de engajamento



Fonte: Captura de tela do Instagram  
Acesso em: 24 nov. 2019

Pôde-se notar que a maioria das colaborações foram sobre projetos de extensão da disciplina de Comunicação e Educação, seguido de contribuições relacionadas à peça prática de TCC e, em terceiro lugar, sobre algum tipo de trabalhos realizado em sala de aula.

## 7.6 Testes do Aplicativo

No dia 30 de setembro, a equipe da Fipp agendou uma reunião para apresentarem a primeira versão do aplicativo, que ficou pronta um mês antes do prazo estipulado. Alguns dias antes desse encontro, o professor André enviou um link para o grupo baixar o aplicativo em seus celulares e darem início aos testes. Todos os integrantes testaram as funcionalidades disponíveis até aquele momento, como a primeira colaboração, envio de foto, texto, entre outros. E também, algumas funções criadas apenas para administradores. A primeira colaboração para teste foi da própria reunião com a Fipp (Figura 51).

Figura 51 – Colaboração no aplicativo



Fonte: Captura de tela do protótipo do aplicativo “Colabora!”  
Acesso em: 10 out. 2019

Foram feitos novos apontamentos sobre alterações e melhorias no aplicativo, o que funcionou, o que ficou bacana, e o que não ficou tão legal assim. Ao final da reunião, o professor André deu um prazo de entrega da segunda versão para dia 30 de novembro de 2019.

No dia 13 de novembro foi apresentada uma nova versão do aplicativo. Desta vez com novas funções acrescentadas como recuperação de senha, *feed* de notícias, perfil e colaborações do usuário, função de seguir o perfil de outra pessoa, entre outros ajustes. A versão para iOS também funcionou, porém, não foi possível fornecer para testes.

Uma nova atualização foi disponibilizada no dia 17 de novembro. No entanto, não mudaria nada para os usuários, somente para administradores. Porém, estava apresentando alguns erros, como por exemplo, ao atualizar a página sumia o *feed* de notícias. O erro de mecanismo foi reparado logo em seguida pela equipe de programação.

A versão completa não ficará pronta até a entrega do presente projeto, nem estará disponível para uso. Será apresentado apenas um protótipo de como irá funcionar o aplicativo. Porém, o grupo se compromete a dar continuidade ao trabalho no próximo semestre, mesmo depois de formados.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mudanças tecnológicas, de modo geral, são constantes. Dentro da área de comunicação especialmente. A utilização destas novas tecnologias na produção e consumo de notícias faz com que o jornalismo, e com ele o jornalista, se reinvente. O webjornalismo surge da necessidade de a notícia estar presente em todos os lugares e meios.

Com o surgimento dos smartphones, a divulgação de conteúdo foi facilitada. A possibilidade de compartilhamento pelas redes sociais, Facebook, WhatsApp, Twitter, ajuda na propagação e visibilidade do conteúdo. Como já citado, Canavilhas (2012) destaca que o sucesso dos smartphones existe em função de suas características, como portabilidade e ubiquidade. Tudo isso é ampliado pela rotina imposta às pessoas e a impossibilidade de parar, sentar para ler o jornal ou assistir ao noticiário.

Além disso, tendo em vista o comportamento do usuário na internet, as pessoas têm a necessidade de participar, de compartilhar uma informação, de contribuir com o que é divulgado e, sobretudo, estarem informadas. A população está deixando de ser submissa aos noticiários. Neste contexto, entra em ação a prática do jornalismo colaborativo.

Neste trabalho, a escolha do grupo pela criação de um aplicativo de notícias aliada ao jornalismo colaborativo, se deu, principalmente, pelo público escolhido: universitários, estudantes de Comunicação, com idade média de 20 anos, público este, habituado ao uso deste tipo de produto. Pesou também na escolha, a facilidade de uso e grande abrangência, podendo ser acessado por qualquer pessoa, em qualquer lugar, bastando, apenas, que tenha acesso à internet.

Conforme pesquisado pelo grupo, a produção do aplicativo se torna viável por ter uso totalmente pessoal, sendo atrativo ao público pela possibilidade de personalização de conteúdo. O intuito deste trabalho é fazer com que o usuário comum, o estudante de comunicação, a sociedade acadêmica ou mesmo de fora da faculdade, participe como produtor ou até protagonista da notícia. Utilizar a facilidade proporcionada pelo aplicativo para informar com qualidade.

Através da pesquisa bibliográfica, o grupo pode se aprofundar no tema e entender melhor o universo do jornalismo online. Com as visitas às redações e entrevistas realizadas, foi constatada a importância de abrir espaço para que o



colaborador dê sua opinião. Os usuários e consumidores do jornalismo online querem um canal para poder se expressar e contar o que está acontecendo a sua volta e isso é facilitado pelo uso de um aplicativo de jornalismo colaborativo.

A pesquisa de análise de documentos de aplicativos existentes corrobora com o entendimento do grupo da necessidade de um novo meio de contato dos alunos de comunicação e da sociedade em geral com as notícias e com a produção delas.

Antecipar isso com redes sociais já instaladas nos celulares do público facilita muito a adaptação e difusão do novo produto. Exemplo disso, é que nos dois primeiros dias após o lançamento do Instagram, mais de 800 pessoas visitaram o perfil e houve 270 seguidores. As colaborações começaram também a partir do dia do lançamento, muitas com perfil de notícia, que foram desenvolvidas para o Portal Facopp.

Até o dia 27 de novembro, já foram produzidas 16 matérias por meio das colaborações do público tanto interno como externo da Facopp.

Portanto, através da experiência teórico-prática durante todo o desenvolvimento e produção do “Colabora!”, os alunos evoluíram tanto nos aspectos pessoais como profissionais, e principalmente, mostraram que é possível usar a tecnologia e as redes sociais não só para entretenimento, mas para informar e ser informado sobre o que está acontecendo ao seu redor.

Foi possível observar que o grupo começou o trabalho com uma visão de que o aplicativo de notícia estaria pronto e em funcionamento, disponível para baixar em aparelhos Android e iOS. Mas no decorrer da pesquisa soube-se que não haveria tempo hábil para a concretização. Com base nisso, foi necessário buscar uma nova alternativa para trabalhar com Jornalismo Colaborativo.

Para resolver este problema, foi decidido que a implantação da cultura colaborativa seria por meio do Instagram e WhatsApp, sobretudo a primeira rede citada, pois o WhatsApp não teve muitos adeptos como fonte de contribuição. Percebeu-se então que esta foi uma solução essencial, uma vez que estes eram ambientes online no qual o público-alvo já estava inserido e foi muito mais fácil de torná-los adeptos a contribuição de notícias.

Ao decorrer do desenvolvimento da peça prática, pôde-se observar que o Instagram do “Colabora!” e o protótipo do aplicativo superou as expectativas do grupo e se tornou muito mais do que um produto jornalístico. As postagens no *feed*

de notícias e nos *stories* nesta rede social do aplicativo vão além da notícia, apresentam conteúdos diversos, como campanhas inspiradoras, educativas, culturais e de utilidade pública. A cultura da colaboração não se prende ao produto e nem poderá ser limitada por ele.

É possível dizer que, com o “Colabora!”, o público-alvo começou a entender o que é notícia e os critérios de noticiabilidade dentro da faculdade. E que a colaboração é possível de diversas formas, uma vez que é a base da produção jornalística. Com isso, o grupo espera que o aplicativo alcance uma grande expansão e vá além dos muros da Facopp, podendo ser parte da universidade ou até da cidade de Presidente Prudente e região. Também deseja que o presente trabalho possa servir como base para outros grupos de estudantes que queiram aprimorar estudos como este e produzir produtos semelhantes.

## REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Andressa; RIBEIRO, Lucas; CRUZ, Nathalia. **Jornalismo Online e Terceiro Setor: reformulação e melhoria no desempenho do site Terceiro Setor Facopp**. 2018. 114 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade do Oeste Paulista, Presidente Prudente, 2018.
- ALMEIDA, Maria. Currículo e narrativas digitais em tempos de ubiquidade: criação e integração entre contextos de aprendizagem. **Revista Educação Pública**, Cuiabá, v. 25, n. 59/2, p. 526-546, maio/ago. 2016. Disponível em: <http://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/educacaopublica/article/view/3833/2614>. Acesso em: 13 abr. 2019
- ALMEIDA, Yuri. **A segunda geração do Jornalismo Colaborativo: Quando as bases de dados se tornam dispositivos para a produção colaborativa de conteúdo**. 2014. 163 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/25235>. Acesso em: 10 abr. 2019
- AMARANTE, Erivelto Diego do. O direito à informação na era dos dispositivos móveis: um panorama da oferta de notícias por aplicativos. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 41, 2018, Joinville. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Santa Catarina: Universidade Federal do Paraná: 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0416-1.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2019.
- BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. *In: CANAVILHAS, J. (org.). Notícias em mobilidade: Jornalismo na era dos dispositivos móveis*. Covilhã: UBI, Labcom, 2013. p.33-54.
- BARBOSA, Suzana. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. *In: CONGRESSO IN-TERNACIONAL DE PERIODISMO EN LA RED*, 3. Madrid: Facultad de Periodismo da Universidad Complutense de Madrid, 2008. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Suzana\\_Barbosa2/publication/255655526\\_Modelo\\_JDBD\\_e\\_o\\_ciberjornalismo\\_de\\_quarta\\_geracao/links/563fc1eb08ae34e98c4e748e.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Suzana_Barbosa2/publication/255655526_Modelo_JDBD_e_o_ciberjornalismo_de_quarta_geracao/links/563fc1eb08ae34e98c4e748e.pdf). Acesso em 14 mar. 2019.
- BELTRÃO, Filipe. Produção colaborativa na rede: um olhar sociocultural. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 31, 2008, Natal. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Pernambuco: Universidade Federal de Pernambuco: 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0416-1.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2019.
- BELOCHIO, Vivian. **Jornalismo Colaborativo em redes digitais: estratégia comunicacional no ciberespaço o caso de zerohora.com**. 2009. 214 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Santa Maria, Santa Maria, 2009.

Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/26098773/belochio-dissertacao-jordi-2009>. Acesso em: 14 abr. 2019.

BELOCHIO, Vivian; BARICHELLO, Eugenia; ARRUDA, Tanise. Aplicativos autóctones em franquias jornalísticas: a possível transformação de rotinas produtivas na convergência com meios digitais. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Jornalismo móvel: linguagem, género e modelos de negócio**. Covilhã: Livros LabCom, 2017. Disponível em: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150622-201515\\_jdm\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150622-201515_jdm_jcanavilhas.pdf). Acesso em: 30 set. 2019.

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã-PT: LabCom, 2014, p. 111-136. Disponível em: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf). Acesso em: 06 dez. 2018.

CANAVILHAS, J. **Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático**. *In*: CONGRESO INTERNACIONAL COMUNICACION 3.0, 2., 2010, Salamanca. **Nuevos Medios, Nueva Comunicación**, Universidade Salamaca, Salamaca, 2010. p. 388-397. Disponível em: <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2019

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã-PT: LabCom, 2014, p. 3-24. Disponível em: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf). Acesso em: 06 dez. 2018.

CANAVILHAS, João. Jornalismo para dispositivos móveis: informação hipermultimediática e personalizada. Actas do IV CILCS – **Congresso Internacional Latina de Comunicación**, 2012.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: Da Pirâmide Invertida à Pirâmide Deitada**. 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2019.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web. *In*: **CONGRESSO IBÉRICO DE COMUNICAÇÃO**, 2. 2001. Corvilhã, BOCC, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2019.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede - a era da informação: economia, sociedade e cultura**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, v.1, 2007.

CORREIA, Frederico. Jornalismo do cidadão – quem és tu? *In*: **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior**, Covilhã, Portugal, 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-frederico-jornalismo-do-cidadao.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2019.

DALMONTE, Edson. A esfera paratextual: o lugar do leitor-participante no webjornalismo. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, 2009, p.113-124. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/2645/1685>. Acesso em: 20 mar. 2019.

DAVID, Ana Teresa Bispo. **Jornalismo Transmediático: Lógicas transmediáticas nas novas práticas jornalísticas – mais que uma história, uma experiência**. 2018. 149 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade Católica Portuguesa. Lisboa. 2018. Disponível em: [https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/25747/1/PDF%EF%80%A2A\\_UV\\_Disserta%C3%A7%C3%A3o\\_MCC\\_Teresa\\_David.pdf](https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/25747/1/PDF%EF%80%A2A_UV_Disserta%C3%A7%C3%A3o_MCC_Teresa_David.pdf). Acesso em: 17 mar. 2019.

DOURADO, Mariana. A Esfera Pública no Jornalismo Cidadão Online Refletindo a reconfiguração do conceito de Habermas nas práticas colaborativas da notícia. *In: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC)*. 2010. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-jornalismo-mariana.pdf>. Acesso em: 13 mai. 2019.

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DE PRESIDENTE PRUDENTE. **Manual do aluno**. 2013. Disponível em: <http://www.unoeste.br/facopp/arquivos/MANUALDOALUNO2013.pdf>. Acesso em: 8 mai. 2019.

FECHINE, Yvana. Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. *In: Encontro Anual da Compós*, 23, 2014, Belém. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal do Pará, Belém, 2014. Disponível em: [http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT14\\_PRATICAS\\_INTERACIONAIS\\_E\\_LINGUAGENS\\_NA\\_COMUNICACAO/yvanafechine\\_compos2014\\_revisado\\_2268.pdf](http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT14_PRATICAS_INTERACIONAIS_E_LINGUAGENS_NA_COMUNICACAO/yvanafechine_compos2014_revisado_2268.pdf). Acesso em: 14 abr. 2019.

FERREIRA, Laís Pereira. Cultura da convergência e interatividade: análise do site GloboEsporte.com. *In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO*, 8, 2017, Mato Grosso do Sul. **Anais eletrônicos [...]** Mato Grosso do Sul, 2017. Disponível em: <http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor8/files/2017/08/lais.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2019.

FERREIRA, Paula Araújo. **Whatsapp, Extra? O uso de novas tecnologias no jornalismo impresso**. 2014. 61 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social: Jornalismo) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/4394/1/PFerreira.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2019.

FONSECA, Virginia; LINDEMANN, Cristiane. Webjornalismo participativo: repensando algumas questões técnicas e teóricas. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 14, n. 34, 2007. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3457/2719>. Acesso em: 14 abr. 2019.

FORESTI, Fabricio.; VARVAKIS, Gregorio.; VIERA, Angel. Ubiquidade e ciência da informação. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, v. 12, n. 1, p.

191-216, 19 nov. 2018. Disponível em:  
<http://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/107055>. Acesso em: 16 mai. 2019

GERHARDT, Tatiana E.; SILVEIRA, Denise T. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 02 out. 2018.

GIARRANTE, Ana. Aplicações da narrativa multimídia e do webjornalismo em revistas on-line. *In: INTERPROGRAMAS DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO FACULDADE CÁSPEL LÍBERO*, 9, 2013, São Paulo. **Anais eletrônicos [...]** São Paulo, 2013. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Ana-Carolina-Giarrante.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. 8. ed. Rio de Janeiro. Record, 2004.

GONZÁLEZ, Ángeles Cabrera. **Convivencia de la prensa escrita y la prensa on line en su transición hacia el modelo de comunicación multimídia**. Universidad de Málaga, 2001. p. 71-78. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=776450>. Acesso em: 02 out. 2018.

GRUSZYNSKI, A.; LINDEMANN, C. A fotografia em Zero Hora e zerohora.com: estratégias de apropriação de imagens nas edições em suporte impresso e digital. **Revista Animus**. v. 10. n. 20, 2011. p.20-50. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/viewFile/4233/2619>. Acesso em 6 mai. 2019.

HOLANDA, André. **Estratégias de Abertura: O Jornalismo de Fonte Aberta dos casos Indymedia, CMI, Slashdot, Agoravox, Wikinotícias e Wikinews**. 2007. 166 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2007. Disponível em: [https://facom.ufba.br/jol/pdf/2007\\_HOLANDA\\_Andre\\_Dissertacao\\_Estrategias%20de%20Abertura.pdf](https://facom.ufba.br/jol/pdf/2007_HOLANDA_Andre_Dissertacao_Estrategias%20de%20Abertura.pdf). Acesso em: 14 abr. 2019.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/12769270/Jornalismo-na-web-uma-contribuicao-para-o-estudo-do-formato-da-noticia-na-escrita-hipertextual>. Acesso em: 21 mar. 2019.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. **Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación**, v. 5, n. 10. 2018. p. 74-81. Disponível em: <http://www.revistaeic.eu/index.php/raeic/article/view/148>. Acesso em: 16 mai. 2019

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

- LEMOS, André. **A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura**. São Paulo: Annablume, 2013.
- LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência: O Futuro do Pensamento na Era da Informática**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- LINS, Arline. Aplicativos móveis: novas maneiras de produzir e distribuir notícia. *In*: SILVA, Fernando Firmino da (org.). **Transmutações no Jornalismo**, 2016, p. 45-72. Disponível em: <http://www.uepb.edu.br/download/ebooks/Transmutacoes-no-Jornalismo.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2018.
- LORENZ, Mikro. Personalização: Análise aos 6 graus. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã-PT: LabCom, 2014. Disponível em: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf). Acesso em: 06 dez. 2018.
- MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: foco na decisão**. 3 ed. São Paulo: Pearson Prentise Hall, 2011. Disponível em: <https://bv4.digitalpages.com.br/?term=malhotra&searchpage=1&filtro=todos&from=busca#/edicao/1989>. Acesso em: 22 ago. 2108.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo: A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.
- MARQUES, Cheila. **O Cidadão Jornalista: Realidade ou Ficção?**. 2008. 46 f. Monografia (Licenciatura de Comunicação Social) - Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa, Portugal, 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/marques-cheila-cidadao-jornalista-realidade-ou-ficcao.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2019.
- MARTINS, Beatriz Cintra. Autoria Colaborativa e validação textual: o caso Wikipédia. **Revista Contemporânea Comunicação e Cultura**. Salvador, v.11, n.01, jan-abr. 2013. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/257132554\\_Autoria\\_colaborativa\\_e\\_validacao\\_textual\\_o\\_caso\\_Wikipedia](https://www.researchgate.net/publication/257132554_Autoria_colaborativa_e_validacao_textual_o_caso_Wikipedia). Acesso em: 14 abr. 2019.
- MASSAROLO, João. Narrativas Transmídias Geolocalizadas. *In*: Seminário Internacional da Comunicação “Mídias Locativas e Transmídia: de que meios estamos falando?”, 11., 2011, Porto Alegre. **Anais eletrônicos [...]** Porto Alegre: ediPUCRS, 2011. Disponível: [https://www.academia.edu/4146322/Narrativas\\_transm%C3%ADdias\\_geolocalizadas](https://www.academia.edu/4146322/Narrativas_transm%C3%ADdias_geolocalizadas). Acesso em: 21 mar. 2019.
- MELLO, Aline F. de *et al.* Jornalismo adaptado a novas telas: um estudo da linguagem jornalística nas novas interfaces móveis. *In*: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. (org.). **Jornalismo para dispositivos móveis. Produção, distribuição e consumo**. Covilhã: Livros LabCom, 2015. Disponível em: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150622-201515\\_jdm\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150622-201515_jdm_jcanavilhas.pdf). Acesso em: 30 set. 2019.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web**: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. 246 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporânea) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/12769270/Jornalismo-na-web-uma-contribuicao-para-o-estudo-do-formato-da-noticia-na-escrita-hipertextual>. Acesso em: 10 fev. 2019.

NISHIYAMA, Alexandra Fante. **A produção da notícia e o interlocutor**: as 7 Características do Webjornalismo. *In*: Congresso de Comunicação na Região Centro-Oeste, 17., 2015, Campo Grande. Intercom. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2015. p. 1-13. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/centrooeste2015/resumos/R46-0292-1.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2018

NISHIYAMA, Alexandra; SILVA, Thiago. Jornalismo móvel e digital: novas práticas e apropriações da informação. **Brazilian Journal of Technology, Communication, and Cognitive Science**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 1-14, jul. 2016. Disponível em: [http://www.revista.teccog.net/index.php/revista\\_teccog/article/view/58/73](http://www.revista.teccog.net/index.php/revista_teccog/article/view/58/73). Acesso em: 25 fev. 2019

NOGUEIRA, Camila; HAMADA, Heloise; PORTELA, Regina. **Eco**: Implantação do laboratório de publicações jornalísticas digitais empresariais da Facopp para o Terceiro Setor. 2011. 321 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade do Oeste Paulista, Presidente Prudente, 2011. Disponível em: [http://www.unoeste.br/facopp/arquivos/todos\\_arquivos/f9d0d4e4c6b455a3d90074e152db4c96\\_TCC-PDF-COMPLETO-ECO.pdf](http://www.unoeste.br/facopp/arquivos/todos_arquivos/f9d0d4e4c6b455a3d90074e152db4c96_TCC-PDF-COMPLETO-ECO.pdf). Acesso em: 12 mai. 2019.

Núcleo da Informação e Coordenação do Ponto BR - NIC.br. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação**: pesquisa TIC Domicílios, ano 2017. Disponível em: <http://cetic.br/arquivos/domicilios/2017/domicilios/>. Acesso em: 10 fev. 2019.

OLIVEIRA, Erivam. **Da fotografia analógica à ascensão da fotografia digital**. São Paulo. *Communicare*, v. 5, 2015, p. 159-165. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-erivam-fotografia-analogica-fotografia-digital.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2019.

PALÁCIOS, Marcos; CUNHA, Rodrigo. A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologia para uma característica agregada ao ciberjornalismo. *In*: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 10, 2012, Curitiba, **Anais [...]** Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2012.

PALÁCIOS, Marcos; MUNHOZ, Paulo. Fotografia, Blogs e Jornalismo na Internet: Oposições, Apropriações e Simbioses. *In*: Barbosa, Suzana. (org.). **O jornalismo digital de terceira geração**. Covilhã: LabCom, Universidade da Beira Interior, 2007, p. 57-77. Disponível em: [http://observatoriodaimprensa.com.br/wp-content/uploads/2015/02/jornalismo\\_digital\\_terceira\\_geracao.pdf](http://observatoriodaimprensa.com.br/wp-content/uploads/2015/02/jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf). Acesso em: 20 mar. 2019.



PALÁCIOS, Marcos. Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã-PT: LabCom, 2014, p. 89-110. Disponível em: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf). Acesso em: 06 dez. 2018.

PASSOS, Fernando *et al.*, **Proposta de implantação da Rádio Facopp Online**. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade do Oeste Paulista, Presidente Prudente, 2009.

PAVLIK, John V. Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã-PT: LabCom, 2014, p. 159-184. Disponível em: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf). Acesso em: 06 dez. 2018.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2005, 97 p. Disponível em <https://bv4.digitalpages.com.br/?term=TEORIA%2520DO%2520JORNALISMO&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=5&section=0#/legacy/1217>. Acesso em: 14 abr. 2019.

PINHEIRO, Guilherme. **O Cidadão-Repórter e o Papel do Jornalista Profissional através do Jornalismo Participativo**. 2008. 15 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estácio de Sá. Rio de Janeiro. 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0289-1.pdf>. Acesso em: 10 mai. 2019

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.  
RAMAL, Andrea. Ler e escrever na cultura digital. **Revista Pátio**, Porto Alegre, v.4, n. 12, p. 21-24, ago. 2000.

RAMALHO, José Antônio. **Mídias Sociais na prática**. São Paulo: Elsevier, 2010.

RANGEL, Ioná. Jornalismo móvel: o papel dos aplicativos na transmissão das notícias no telejornal. *In*: **IV ECOM - Conferência Brasileira de Estudos em Comunicação e Mercado**, São Paulo, 2014.

REGES, Thiara Luiza da Rocha. **Características e gerações do Webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais**. 2011. 96 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Faculdade São Francisco de Barreiras - FASB, Bahia, 2011. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thiara-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf>. Acesso em: 2 mai. 2019

ROCHA, Arisson *et al.* Análise das características do webjornalismo no portal de notícias Estadão. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORTE, 14., 2015, Manaus. **Anais eletrônicos [...]** Manaus: AM, 2015.

Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/norte2015/resumos/R44-0597-1.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2019.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting**: Redação para a mídia digital. São Paulo: Atlas, 2014.

ROSA, Maria V. F. P. C.; ARNOLDI, Marlene A. G. C. **A entrevista na pesquisa qualitativa**: mecanismos para validação dos resultados. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã-PT: LabCom, 2014, p. 53-88. Disponível em: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf). Acesso em: 06 dez. 2018.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: LabCom, 2014, p. 25-52. Disponível em: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf). Acesso em: 06 dez. 2018.

SANTI, Vilso Junior Chierrentin. **O processo de apuração no webjornalismo de quarta geração**. v. 22, n. 2, 2015, p. 186-189, Disponível em: [https://revistas.ufrj.br/index.php/eco\\_pos/article/viewFile/939/879](https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/viewFile/939/879). Acesso em: 10 abr. 2019.

SANTOS, Cristiano Vargas dos; BEHS, Micael Vier. A apropriação do Whatsapp Messenger pelo Jornal Extra, Rádio Gaúcha e TV Record RS e o estreitamento do diálogo com a fonte. *In*: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. 2016, Curitiba. **Anais [...]** Curitiba, Intercom, 2016. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-0125-1.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2019.

SANTOS, Fabiana. *et al* O jornalista como gatewatcher e curador: uma análise do Moments no Twitter *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. **Anais eletrônicos [...]** Curitiba, Intercom, 1999. Disponível em: [portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2840-1.pdf](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2840-1.pdf). Acesso em: 11 abr. 2019.

SANTOS, Mirabel dos. Webjornalismo e as possibilidades de interação com o público. *In*: Encontro Internacional De Formação De Professores, 10.; Fórum Permanente Internacional De Inovação Educacional, 11, 2017. Aracaju. **Anais eletrônicos [...]** Aracaju, 2017. Disponível em: <https://eventos.set.edu.br/index.php/enfope/article/view/4564/1608>. Acesso em: 05 mai. 2019.

SATUF, Ivan. Jornalismo móvel: da prática à investigação acadêmica. *In*: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. (org.). **Jornalismo para dispositivos móveis. Produção, distribuição e consumo**. Covilhã: Livros LabCom, 2015. Disponível em:

[http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150622-201515\\_jdm\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150622-201515_jdm_jcanavilhas.pdf). Acesso em: 30 set. 2019.

SBARAI, Rafael. **Compreensão da construção do cidadão-repórter por intermédio dos modelos de colaboração em ambientes jornalísticos estruturados por tecnologias digitais conectadas**. 2010. 143 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação na linha “Processos Midiáticos: Tecnologia e Mercado) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2010. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/02/21-compreensao-da-construcao-cidadao-repórter.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2019.

SCOLARI, Carlos Alberto. A comunicação móvel está no centro dos processos de convergência cultural contemporâneos. Entrevista concedida a Alan César Belo Angeluci. *In: Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo, v. 39, n. 2, mai/ago., 2016, p. 177-184. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/2442/1988>. Acesso em: 15 mai. 2019.

SILVA, Ana *et al.*, **Ponto e Vírgula: A recuperação de fragmentos históricos da Facopp disponibilizados em um hot site**. 2014. 451 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade do Oeste Paulista, Presidente Prudente, 2014. Disponível em: [http://www.unoeste.br/facopp/arquivos/todos\\_arquivos/0b0f685085ed8baae3c510a247b28622\\_TCC\\_TERMINADO.pdf](http://www.unoeste.br/facopp/arquivos/todos_arquivos/0b0f685085ed8baae3c510a247b28622_TCC_TERMINADO.pdf). Acesso em: 08 mai. 2019.

SILVA, Fernando Firmino da. Mobilidade Convergente: Abordagem sobre a prática e os estudos do jornalismo móvel. *In: Ícone*, v. 11, n. 2, 2009. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/icone/article/view/230169/24417>. Acesso em: 14 set. 2019.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel**. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 53 – (Coleção Cibercultura / Lab404). Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/18003/1/jornalismo-movel-miolo-repo.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2019.

SILVA, Fernando Firmino da; MELO, Rafael de Araújo. A modificação no fluxo de abastecimento de informações nas redações jornalísticas. *In: NUNES, Pedro. Jornalismo em ambientes multiplataforma*. João Pessoa: Editora do CCTA, 2016. 114 p. Disponível em: [http://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/comunicacao/jornalismo-em-ambientes-multiplataforma/jornalismo\\_ambientemultiplataforma.pdf](http://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/comunicacao/jornalismo-em-ambientes-multiplataforma/jornalismo_ambientemultiplataforma.pdf). Acesso em: 06 dez. 2018.

SILVA, Layrton *et al.*, **Plano de comunicação organizacional jornalística interna para a TV Facopp Online**. 2011. 222 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade do Oeste Paulista, Presidente Prudente., 2011. Disponível em: [http://www.unoeste.br/facopp/arquivos/todos\\_arquivos/ac6a3a71f389c365b9ff39ca2462b08a\\_TCC%20FINAL%20-%20pag%2012%20a%20222.pdf](http://www.unoeste.br/facopp/arquivos/todos_arquivos/ac6a3a71f389c365b9ff39ca2462b08a_TCC%20FINAL%20-%20pag%2012%20a%20222.pdf). Acesso em: 10 mai. 2019.

SILVA, Marco. Que é interatividade. **Boletim técnico do Senac**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 2, maio/ago. 1998. p. 27-35.

SOUZA, Aline *et al.*, **Portal Facopp**: Uma experiência de jornalismo institucional multimidiático. 2010. 161 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade do Oeste Paulista, Presidente Prudente, 2010. Disponível em:

[http://www.unoeste.br/facopp/arquivos/todos\\_arquivos/33febb8e22b509139a396c912532a9a9\\_TCC\\_PORTAL2.pdf](http://www.unoeste.br/facopp/arquivos/todos_arquivos/33febb8e22b509139a396c912532a9a9_TCC_PORTAL2.pdf). Acesso em: 09 mai. 2019.

UNIVERSITY OF OXFORD. Reuter Institute. **Relatório de Notícias Digital 2018**. Disponível em: <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475>. Acesso em: 02 set. 2018.

VOLPATO, Marcelo. Conteúdo geolocalizado e rupturas no jornalismo: iniciando um debate. *In*: PENSACOM BRASIL, 2015, São Bernardo do Campo. **Anais eletrônicos [...]** São Bernardo do Campo, 2015. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/pensacom2015/resumos/036.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2019.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos/ Robert K. Yin; trad. Daniel Grassi. 2. ed. Porto Alegre. Bookman, 2001.

**ANEXOS**

**ANEXO A  
ENTREVISTAS**

**LÍVIA MARRA****Repórter Especial e Redatora Homepage – Folha de São Paulo****Data da entrevista: 05/04/2019****Meio: presencial****Em relação a escrita para o online, como você pensa no leitor na hora de redigir o seu texto para online?**

As redações elas são integradas, então não existe uma preocupação do leitor do site, a preocupação é a mesma para todos os meios. A gente escreve com o objetivo de que o leitor entenda, então o texto tem que ser claro, amarradinho, tem que ser conciso. A preocupação é de que o leitor entenda, independentemente se ele vai ler no papel, ou se ele vai ler no site. Eu acho que não existe uma regra para as editorias, a gente tem que deixar mastigado, claro, didático se o leitor vai ler sobre esporte, política.

**E como ficam as questões do hiperlinks?**

Os hiperlinks funcionam como um recurso pra ajudar o leitor a entender aquilo, óbvio que a gente não tem esse recurso no papel, é um recurso que a gente usa pra dar um apoio ao leitor. Nos textos, tem uma parte que são os “especiais” com a gente chama, é como um índice para ajudar o leitor, isso é importante.

**Como funcionam as notificações pushes?**

Geralmente a gente manda o push quando a gente já tem a notícia, raramente a gente usa push sem link que não leva para uma notícia por exemplo, ao menos que seja uma coisa muito grave mesmo. Mas geralmente quando a gente manda uma notificação, o leitor já cai em uma notícia. Talvez essa notícia seja ampliada depois, tenha um corpo maior, mas quando a gente manda já tem um texto para ele entender do que se trata e se localizar.

**Vocês fazem notificação de todas as notícias que vão para o site?**

Não, só o que for mais importante, são muitas as notícias que vão para o site. Depende muito do dia, não tem um número fixo, quando tem notícia mais quente, enviamos mais notificações, um dia mais calmo, menos notificações. A gente tem que selecionar, pensar o que tem de mais importante, o que é relevante, para mandar essa notificação.

**Vocês pensam na questão mesmo na questão do que é mais importante para o leitor?**

A gente pensa o que é mais quente, um fato mais importante.

**Em relação ao formato do conteúdo, vocês percebem diferença no consumo do conteúdo quando tem mais fotos, vídeos, em questão mesmo de audiência?**

Como jornalista, sim, foto e vídeo faz mais diferença no texto, a gente procura todo texto ter pelo menos em todo texto uma foto, ou galeria de imagem, vídeo é legal a

gente sabe que o leitor gosta, não dá pra ter em toda matéria um vídeo, mas sempre que tem vídeo é legal pra chamar a atenção do leitor. Vídeo tem aquela coisa de ser mais leve, e ser mais didático.

**Vocês contam com participações dos leitores? Jornalismo colaborativo.**

Sim, a gente tem o painel do leitor, que a gente o painel por leitor comentar um noticiário, dar o ponto de vista dele e tudo mais. E a gente tem o envie sua notícia, que é uma e-mail que o leitor pode mandar uma sugestão do que está acontecendo, perto da casa dele, na rua dele, se tem buraco na rua, se tem alguma coisa que ele viu que vale uma reportagem, se ele tem foto, e ele manda isso por e-mail e a gente reencaminha isso para as editorias e passa por essa curadoria das editorias e eles avaliam a publicação ou não.

A gente as vezes pede também que o leitor mande, a gente não espera só que eles mandem. O leitor gosta de participar, é importante dar esse espaço para o leitor. Muitas sugestões de leitores já viraram matéria.



**ANNA KARINA BERNARDONI****Editora Supervisora de reportagens especiais – Globo News****Data da entrevista: 05/04/2019****Meio: presencial****Quais os fatores que influenciam a participação cada vez mais ativamente da comunidade na produção, nos noticiários?**

Eu acho que existem dois fatores, um que é a tecnologia está na palma da mão da gente e a outra é que cada vez mais as pessoas querem se ver, se identificar com que elas estão escolhendo para parar o tempo dela. Então acho que isso tem uma ponte, não adianta toda hora eu ter um repórter, um jornalista dando o ponto de vista dele sobre o que ele está vendo, se eu estou lá no meio. Uma vez eu fui dar uma palestra aqui na FAAP, e a menina falou assim: o que me garante que o apresentador é mais confiável que o meu amigo que está dentro do metrô me falando o que está acontecendo dentro do metrô? Eu respondi: eu te garanto.

Porque a gente tem aí uma linha muito tênue em que eu falo sem julgar e o que eu falo com a preocupação de não julgar. Por isso que o aplicativo tem todo esse mapa de coisas e a gente chama a pessoa de colaborador, por que ele não faz a notícia, quem faz a notícia somos nós que estamos estudando, é a gente que sabe equilibrar as coisas, que sabe segurar a emoção e a pessoa que está lá não. Mas ao mesmo tempo que eu digo, fulano de tal colaborou com a gente, é porque ele está se vendo ali, ele trouxe para mim um olhar, um jeito de pensar, uma coisa que eu não tenho aqui de dentro sentado aqui no ar condicionado. A ideia é essa, são dois motivos, um é a tecnologia e o outro é a questão da pessoa se identificar com o que ela escolheu para ver, para parar o tempo da vida dela e ouvir.

**Qual a importância para o jornalista que o cidadão esteja participando ativamente disso?**

A gente sempre trabalhou pra pessoas, acho que o nosso objetivo é pessoas, é mudar o que tá no nosso entorno, é capacitar as pessoas com a melhor informação então essa mudança é só mais um ponto de vista que a gente tem, traz mais uma voz que não é a nossa pra acrescentar nossa única missão, que é levar o correto, é informação, é esclarecer, é mudar o teu dia a dia a dia, o teu entorno. É mais uma voz que a gente junta, é mais um dado que a gente tem para poder acrescentar, aí a gente ganha muitos pontos, a gente tem uma coisa genuína.

**Você acredita que o jornalismo colaborativo tem relação com a democratização da notícia?**

Sem dúvida, eu acho que nem a democratização da notícia porque a gente parte do princípio que é para todo mundo, mas acho que é a democratização do acesso da pessoa a informação, assim poder também produzir informação. Acho que a tecnologia trouxe essa autonomia pra pessoa, ela não vai ficar só esperando que eu digo o que tá acontecendo no trem de São Paulo hoje. Ela vai ter condição dela também fornecer informação, acho que isso democratiza o meio de comunicação, não dá informação. A informação é uma coisa que a gente já tem por natureza levar para todo mundo.

### **Quais os cuidados que o jornalista deve ter com o jornalista cidadão, para que não ocorra a desvalorização da profissão?**

Isso é uma coisa que nasceu no aplicativo, você percebe que ele é diferente do WhatsApp, por que ele tem lá todas as referências, ele exige por que você quer que aquilo apareça na programação, você tem um contato direto com a pessoa, você acaba fechando essa rede.

O cuidado é o mesmo que eu teria com qualquer outra fonte, que é checar, recheckar, ver o outro lado, procurar saber. Por exemplo no Rio de Janeiro, a gente tem sempre uma fonte nas comunidades, não adianta só ela me falar, eu tenho que checar com a polícia, com outra pessoa, com a associação de moradores, então não é uma questão “ah, mas o vídeo chegou dali eu sei que a polícia tá por trás do tiroteio”

Ok, eu sei disso, mas ela tem o ponto de vista dela, não tem o ponto de vista da polícia. Então assim, é o mesmo tratamento que você vai ter. A única coisa que eu acho que mudou um pouco, e uma batalha quando você entra em contato com o colaborativo, é que tipo de prioridade você dá para as suas partes da notícia. Uma vez eu estava em uma reunião com a galera da comunidade, e eles me falaram: por que você sempre põe, depois do que a gente fala, a nota da polícia?

Aí eu nunca tinha em tocado que aquilo tem um peso gigantesco, “moradores do complexo do alemão dizem que houve um tiroteio. Já a polícia disse que aquilo foi uma operação, ou não sabe nada da operação.” Então, quando você termina com aquilo o cérebro da gente processa “é, realmente não tinha nada”.

Isso foi até legal por que a gente passou pensar nisso também, o quanto a gente as vezes no modo de como construir uma notícia pode passar uma informação que pra você é normal, que você consultou a notícia e é isso. Mas o segredo é checar, recheckar. O nosso ofício é esse.

O checar e recheckar é quase o nosso ar, ver o que está mais certo, quem diz mais, ver quantas pessoas dizem a mesma coisa, isso é oxigênio pra gente, e não aconteceria diferente com o colaborativo.

### **Desde que foi lançado o aplicativo Na Rua, o aumento do uso, do envio de notícia, ele tem sido gradual, ou ele para por um tempo e quando acontece alguma coisa ele volta?**

Eu não sei em números, eu acho que quando apareceu ele era muito novo, então a gente teve curvas, mas a tecnologia ficou mais acessível pra todo mundo, então hoje muita gente passa pelo WhatsApp o que passaria pelo aplicativo e vice-versa, então é meio nebuloso para as pessoas.

Agora uma que eu posso dizer é que como você direciona, eu raramente vi uma bobagem no aplicativo, todos os assuntos tinham muito a ver com os conteúdos da GloboNews, então as pessoas optam realmente por mandar uma notícia por aquele meio.

As vezes não é o seu público, as vezes é um radialista lá do interior do Piauí ou uma pessoa que é um fazendeiro, uma pessoa que tá lá em Miami, mas ele já sabe que ele tá contribuindo com uma coisa que ele quer ver. Devem ter uns dois malucos que apareceram, mas se você for ver no geral, a gente seleciona, no colaborativo a pessoa quer mesmo divulgar aquilo, o lugar dela, o que ela tá vendo.

**Como surgiu o aplicativo? Qual foi o ponto de partida?**

Eu não participei desse início, é um estudo de muito tempo da GloboNews, tinha duas coisas, a questão e um mundo que participa, vai muito mais pro colaborativo, é o futuro, e a outra coisa é, quanto mais a gente tiver pessoas olhando a realidade, melhor vai ser a nossa notícia, a gente não pode estar no interior do Piauí, nem no carnaval do Brasil inteiro, mas existem pessoas lá, naquela lugar. O projeto é realmente a GloboNews estar em todos os lugares, e isso é uma coisa que já ficou velha, ficou antiga nessa história, por que hoje está todo mundo participando de tudo.

**No caso do Globo News, existe uma equipe que cuida só dessa parte do aplicativo?**

Existe uma equipe, uma coordenação, mas ele tem que estar espalhado por todos os jornais, é uma questão, até uma coisa nova pra redação, uma dúvida, como eu vou trabalhar com o colaborativo, eu confio ou não, a gente está o tempo todo trocando ideia. E assim, a gente vê hoje muitas tecnologias muito juntas, as pessoas estão lidando com isso a todo tempo, até o próprio WhatsApp é um caminho hoje que chega forte, como concorrente, o aplicativo até seja exigente demais, as pessoas dentro do jornalismo já sabem como apurar.

**Qual o tipo de formato mais enviado pelos usuários?**

Uma das grandes discussões nossa era saber quanto tempo a gente ia demorar pra receber, olhar e colocar no ar. A pessoa em princípio já manda um lide, ela só consegue enviar a notícia se tiver um texto, por isso que a maioria é texto, ela sempre tem que dar um lide, raramente é uma frase só que você não entenda qual é a notícia, porque ele já é intuitivo. Muitas vezes aqui em São Paulo virava um texto que estava ali.

**Qual a maior dificuldade em manter o interesse do leitor em participar?**

É o retorno. A tecnologia é difícil, porque você de qualquer forma você tem que dar o retorno toda hora, para você ter um isso num aplicativo, ou ele fica muito impessoal ou ele fica incompleto. E no ritmo que a gente tem, é uma correria, então nem sempre a gente consegue falar obrigada a sua notícia não vai ser usada hoje.

**Você acha que o uso dos dispositivos móveis deu espaço para o jornalismo colaborativo aumentando a participação?**

Quando a gente começou as próprias plataformas, tinha muito celular desigual andando no Brasil, então tinha celular que dava para baixar, mas não tinha memória, até hoje muito celular é assim. Quem baixa são pessoas que querem colaborar mesmo.

**Como conseguir dar visibilidade ao aplicativo?**

A nossa visibilidade está com a gente, tem todas 24 horas pra mostrar só não como a programação, mas chamadas e tal, a gente viajou o Brasil inteiro pra aperfeiçoar e

ter conhecimento em universidades pra divulgar o Na Rua e ouvir das pessoas, a gente trabalhou muito com gente que já sabe fazer coisas. Que são os estudantes, líderes comunitários, comunicadores, então a gente fez isso. A gente fez ações de marketing em lugares específicos, a gente interesse em saber quem tinha interesse efetivamente em colaborar. Quando o aplicativo chegou na rua já tinha uma série de pessoas interessadas. Muitos já era produtores de conteúdo, então a gente já tinha uma participação relativamente alta. A gente fez um raio de ação muito interessante, já tínhamos colaboradores antes mesmo de ser oficial. Esses colaboradores ajudaram até modificar alguns elementos. Quando o aplicativo surgiu já tinha uma base interessante. A gente fez uma programação inteira sobre a violência no Rio só com colaboradores, a greve dos policiais no Espírito Santo, a programação inteira foi abastecida por imagem de colaboradores.

Em um dos discursos a gente disse assim “queremos dar voz pra vocês” uma menina respondeu “vocês não vão dar voz pra ninguém, a gente já tem voz” isso abriu uma luz pra gente, eu pensei “é óbvio” isso é o colaborativo, é justamente isso, é entender a importância do outro lado.

Quando se fala de colaborativo, ele não tem um lado só, é uma via de mão dupla, claro que tem a Globo, interesse comercial, que é até um embate que a gente, mas a colaboração é genuína. Eu não estou vendendo nada pra alguém me passar informação.

### **Por que a necessidade de aparecer no aplicativo, as colaborações?**

Isso foi uma demanda das pessoas que colaboravam para saber como seria nosso ponto de vista, e uma outra coisa é saber o que o meu vizinho está falando, porque nem sempre eu estou vendo ou escutando GloboNews, tem coisas muito interessantes que eu não fico sabendo. Por que a gente tem esse conceito, de que se o meu vizinho está faltando porque eu não posso confiar nele? Muitas dessas pessoas não têm TV por assinatura, elas não se veem no ar, então elas gostam de ver o produto, a gente gosta de pegar nas coisas para ver como funciona. E também é uma divulgação de conteúdo, claro.

### **Algumas colaborações estão linkadas para as matérias do G1, por que não fazer um link com as notícias que estão no aplicativo da GloboNews?**

O G1 é um trabalho casado nosso, o G1 também tem o trabalho de colaboração, então o legal para gente como um todo é quando a matéria vai pro G1 e ela tem uma notabilidade como notícia, como informação maior até mesmo que só na GloboNews. Então a gente optou, fez uma parceria dentro do aplicativo para que fosse desse jeito, também não é assim ingênuo. É uma questão de você agregar mais informação. Muitas vezes a gente dá a notícia feita pelo repórter e depois a colaboração.

### **O aplicativo Na Rua tem um sistema de notificação para o usuário?**

Tem, mas você tem que ativar e só se você for inscrito no aplicativo, tiver mandando colaboração. Não tem notificação de notícias. Se eu notificar, você sai do G1, sai do GloboNews, você tem que pensar em como não tirar o seu público de uma coisa. A gente é uma só Globo, a gente caminha em uma só na notícia.

**Sobre o nosso aplicativo:**

Anna: Eu penso em uma questão que é a funcionalidade, para que eu uso o aplicativo? Para receber e colocar a informação daquela pessoa no ar. Agora, para que eu tenho os outros meios de comunicação? Tem o portal para que a pessoa procure a notícia, para ela receber a notificação do portal. Por que você acaba sobrecarregando uma coisa e ela vai perder a função inicial e aí você acaba não informando de tudo, e vai perder a característica inicial daquilo. Para você pode ser interessante deixar essa diferença.

**CAROLINA ZOCCOLARO COSTA MANCUZO**

Professora da Facopp, coordenadora dos cursos de Jornalismo e Fotografia e supervisora do Portal Facopp

Data da entrevista: 07/05/2019

Meio: presencial

**Quando e como você entrou para o corpo docente da Facopp?**

Bom, eu comecei a dar aula em agosto de 2007, a convite do professor Gilson que na época era coordenador da Facopp e aí eu vim para das aulas nas disciplinas de Jornalismo Online I e II e História da Cultura dos Meios de Comunicação, comecei com essas três disciplinas.

**Como surgiu a oportunidade de virar a coordenadora?**

Um ano e meio depois teve uma mudança na coordenação, o professor Gilson saiu e abriu a vaga na coordenação de Jornalismo, que na época o diretor daí um ano e meio depois era o Munir e a Larissa já estava há seis meses como coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda e aí os dois vieram me convidar para ser a coordenadora de Jornalismo, que na época eu achava que estava bem despreparada para isso, porque só fazia um ano e meio que eu estava na faculdade, mas eles achavam que tinha que ser eu, e eu acabei aceitando o desafio.

**E há quanto tempo você está na coordenação?**

Eu sou coordenadora desde fevereiro de 2009, então faz 10 anos e meio só no curso de Jornalismo, pois o curso de Fotografia ainda não existia naquela época. Nós criamos ele, eu e a Larissa com início em 2015, a primeira turma e aí eu já entrei como coordenadora.

**Como foi feita e por que a separação dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda que antes eram juntos?**

Foi um estudo que começamos eu, o Munir e a Larissa em 2011, mais ou menos, e aí a gente estudou, mais ou menos, por uns dois anos, sobre essa possibilidade da gente dividir o curso, a gente fazia reuniões e estudos semanais, e aí a gente definiu por vamos dividir a grade e junto com a nossa decisão, que nisso já tínhamos criado duas grades novas, o MEC lançou as novas diretrizes dos cursos de Jornalismo separado da Comunicação Social, e nas novas diretrizes de Jornalismo que foram publicadas em outubro de 2013, já pedia que o Jornalismo começasse a partir do primeiro ano. Então, a gente foi bem junto mesmo a esse pedido e aí a nova grade dividida começou em fevereiro de 2014 já.

**Você foi a orientadora do grupo que criou e desenvolveu o Portal Facopp. Como foi o início de tudo? Foi a ideia dos próprios alunos? Você que sugeriu? Conte como foi.**

A ideia foi minha, porque como eu trabalhava as disciplinas de Jornalismo Online I e II, eu sentia a necessidade de ter um espaço dentro da Facopp para que a gente pudesse comunicar aquilo que acontecia em todo o âmbito empresarial, institucional

e jornalístico. O que aconteceu é que o que faltava era eu achar um grupo que pudesse abraçar a causa, que eu confiasse, para poder desenvolver esse portal. Quando eles estavam no sexto termo, eu saí em licença maternidade, então antes de sair para ter a minha primeira filha, eu fiz o convite para eles começarem a pensar em desenvolver esse TCC. Na época, o TCC era desenvolvido 100% no oitavo termo, não existia o sétimo e oitavo termos, e aí eles passaram o sétimo termo pesquisando, eu tinha passado uma série de livros para eles poderem ler e eu voltei da licença maternidade quando eles estavam no oitavo termo para orientá-los no desenvolvimento do portal. Eles fizeram a parte teórica e prática inteirinha em quatro meses e eles foram sensacionais.

### **Antes do Portal, a Facopp já tinha algum site?**

Não.

### **O que é feito dentro da redação da Facopp?**

Então, primeiro a gente criou um espaço virtual. Só para você ter uma ideia, quando eu assumi a coordenação do curso, eu, a Larissa e o Munir juntos, a Facopp estava com uma fase de infraestrutura meio sucateada. A gente não tinha laboratórios de informática próprios, a gente tinha um espaço que tinha computadores muito velhos e ainda com disquetes na época, que eles demoravam duas horas para ligar. Então, nós fizemos uma reunião em dezembro de 2008 com os professores que pediram para que a gente reformulasse toda a parte estrutural da Facopp e aí nós fomos nos reunir com a dona Ana, que era a reitora na época e ela liberou para que a gente reestruturasse a Facopp. Então, nós passamos, praticamente, o ano de 2009 e parte do ano de 2010, reestruturando toda a parte de infraestrutura da Facopp. Mas isso não significava que a gente já teria um laboratório físico para o Portal. Então quando nós desenvolvemos o Portal Facopp virtual, surgiu a necessidade de ter um espaço físico real, aí nós começamos a brigar por esse espaço físico, até que a gente conseguiu uma sala. Aí a gente resolveu que essa sala poderia abrigar outros laboratórios, então nós criamos a Redação Facopp, que é uma sala que passou a abrigar o Eco, que é um laboratório de publicações digitais voltados ao 3º setor, o Portal Facopp e a Assessoria de Imprensa, porque como os horários de estágios eram flexíveis para cada um dos laboratórios, era possível atender a demanda de estagiários no mesmo espaço.

### **Sempre foi na mesma sala onde é atualmente?**

Sim, desde que a gente começou.

### **Quem faz as atividades do Portal e como é o processo?**

O Portal Facopp nasceu tendo apenas eu como a supervisora, a gente tinha reuniões semanais e eu sempre exigi produção diária, porque eu acredito que a gente está num ambiente em que tenha produto jornalístico suficiente para ter demanda para produções diárias. Com o acúmulo da coordenação, mestrado, que eu fui fazendo tudo ao mesmo tempo, eu senti a necessidade de chamar alguém para poder dividir essa tarefa comigo, e aí eu convidei a professora Fabiana. Teve um tempo que a gente também juntou o Portal com a Assessoria de Imprensa, mas

acabou que não funcionou, porque são linguagens muito diferentes e a professora Fabiana começou a tocar o Portal junto comigo. Aos poucos, eu fui me distanciando e dando um pouco a supervisão maior para ela, até para ela ter um pouco mais de autonomia, a respeito das decisões, porque eu achava que era importante isso para ela naquele momento. Depois eu senti que o Portal ficou um pouco deixado de lado, isso naquele momento me fez achar que eu tinha que voltar e aí eu retomei esse semestre ao Portal, mas assim, principalmente, com a atuação dos alunos do quinto termo de Jornalismo na produção de notícias e eu não consigo ainda vir às reuniões todas as semanas, então essa parte de acompanhamento da equipe de estagiários continua com a professora Fabiana. E aí a gente tem a professora Maria Luisa que nos ajuda e auxilia, principalmente a distância na edição e publicação de notícias.

### **Como é feito o processo de seleção dos estagiários?**

A seleção é feita todo semestre. Ao término do semestre, a gente pergunta para os estagiários atuais se querem continuar e aqueles que não querem. Aqueles que querem continuar não precisa passar novamente pela seleção, eles podem simplesmente continuar e aí, a gente abre novas vagas. Alguns semestres nós estamos percebendo interesse do aluno de publicidade também para fazer parte da equipe e a gente entende que como a comunicação é uma coisa única e que dá para ser trabalhada, e é interessante para o aluno de publicidade melhorar o texto para poder trabalhar com essa questão de redação, a gente também tem abarcado esse aluno.

### **O que mudou do Portal Facopp nos primeiros anos para atualmente?**

Na verdade é o seguinte, lá atrás a gente não tinha celular, entendeu? Então havia uma demanda por notícia que os alunos, eles mesmos, iam até o computador e acessavam. Então, a gente tinha um número de acessos maior, só que como não tinha celular, a gente também não tinha um conteúdo responsivo que era adaptado ao celular e a gente não teve a oportunidade de fazer a reformulação do Portal, porque para isso eu precisaria de um outro projeto de TCC para fazer essa reformulação do Portal. Então, o Portal Facopp aos poucos acabou ficando ultrapassado para a nova demanda de alunos, no sentido dele não conseguir ser visto de maneira ideal pelo celular, eu tenho a versão dele para o celular, que foi uma versão adaptada, mas que não abarca todas as funções que o Portal Facopp tem. Então agora nós estamos passando por uma nova reformulação, pagando um profissional para isso e nessa reformulação do Portal, o aluno vai poder fazer tudo pelo por meio do celular, então a gente acredita que com essa reformulação, a gente vai voltar a ter um acesso mais significativo, principalmente, no que diz respeito à notícia, porque a gente ainda tem acesso no Portal Facopp quando o aluno busca serviços, que é o espaço da Facopp para que o aluno busque, mas em relação a notícias, por não ser bom ver pelo celular, o aluno acaba não procurando tanto.

### **Para você no geral, o Portal Facopp tem uma boa repercussão dos alunos, professores, funcionários e egressos?**

Ele já teve mais. Eu acho que o nosso principal problema hoje está na tecnologia, só que quando a gente faz algumas ações reais, levando o público ao virtual, quando a gente fala alguma coisa que eles têm interesse, quando a gente divulga mais em



redes sociais a gente volta a ter o mesmo interesse, porque a gente continua tendo o aluno de comunicação, que gosta de comunicar e se interessa justamente por isso.

### **Nesses anos que você está na Facopp, quais foram as grandes mudanças em relação e estrutura?**

100% de mudança. Primeiro que mudou tudo, a gente reformulou todos os laboratórios. A gente tinha laboratórios com problemas de materiais antigos, na verdade, hoje em dia, a nossa infraestrutura é revista a cada seis meses. Então, todos os laboratórios fazem pedidos novos de equipamentos tanto para uso contínuo como para a estrutura física do próprio laboratório. O laboratório de TV era herdado de produtos antigos da TV fronteira do Teatro César Cava, tinha um ar-condicionado velho, barulhento, luzes quentes e que o aluno gravava um TJ suando, porque não tinha jeito de deixar aquele ar-condicionado ligado e ainda tinha uma luz quente direcionada para ele. Então, a gente repaginou, trocamos toda a parte de sonex, que é aquele que não deixa passar o áudio, que é caríssima. Nós trocamos toda a iluminação do laboratórios, trocamos todas as câmeras do laboratórios, os ar-condicionado. Quantas vezes nós trocamos as ilhas de edições por mais modernas, mais apropriadas, porque isso há cada quatro anos precisa ser revisto, não dá pra gente trabalhar, as câmeras são todas em alta definição, então quer dizer, hoje em dia, a gente tem uma outra realidade no laboratório de TV. O laboratório de fotografia, nós simplesmente quebramos inteiro e fizemos novos dois laboratórios, a gente tinha um laboratório de fotografia que fazia revelação e depois tinha a parte de fotos, a gente entendeu que a parte de revelação não tinha mais uma demanda tão interessante, criamos um laboratório 100% digital, ampliamos para dois, mudamos toda a parte de piso do laboratório, enfim, todo o laboratório. A gente desenvolveu o laboratório de pesquisa dentro da Publicidade, a pesquisa de mercado, a gente criou também a sala de criação, achamos um novo espaço para a Agência Facopp, que era o Núcleo de Comunicação que acontecia aqui do lado da sala da coordenação, a gente colocou vidros entre a sala da coordenação e sala dos professores, para que a gente pudesse ter transparência dentro das nossas ações. Então, quer dizer, nós tivemos uma reformulação completa, criamos três laboratórios de informática, sendo 2 Macs e 1 PC, então a cada semestre, a gente cria novidades, a gente também mudou o lugar do laboratório de rádio que antes era no fundo do laboratório de TV, que a gente transformou aquele lugar na TV Facopp e a gente deu um espaço novo para o laboratório de rádio para ter aulas lá mesmo, enfim, a gente sempre está, em relação a infraestrutura, a gente nunca para e não só em relação a infraestrutura como ao corpo docente, nós tivemos uma atualização significativa do nosso corpo docente nos últimos dez anos.

### **O que o Portal Facopp contribui na formação dos alunos para o mercado de trabalho?**

Eu acho que o Portal Facopp contribui tanto para os alunos que estão dentro do Portal, trabalhando nele, no sentido de uma produção diária, de entender o que é notícia, de melhorar texto, de pensar imagem, de pensar áudio, então isso exercita bastante o que eles fazem e já prepara os para enfrentar um mercado de trabalho. No caso do Portal Facopp trabalha com o jornalismo institucional, trabalha com aquilo que é de dentro da faculdade, mas que pode ser utilizado em outros lugares,

porque é muito importante entender que existe notícia em todos os ambientes, e isso também exercita bastante os nossos alunos e também contribui para quem está visualizando tudo isso de fora, porque eles acompanham que tipos de notícia que podem ser dentro desse ambiente e aí começam a ser estimulados nesse sentido.

**Você acha que um aplicativo colaborativo pode contribuir de que maneira para o conteúdo que a Facopp produz?**

Bom, quanto ao aplicativo, eu acho que ele é fundamental para a gente passar a ter uma interação, porque até agora em todos os canais que a gente tem dentro da Facopp, a gente produz para que os outros consumam, e a gente não dá a oportunidade de que todos produzam, e nós estamos numa faculdade de comunicação em que todos têm a possibilidade de produzir e isso eu estou dizendo desde o aluno, o ex-aluno, funcionário, professor, o que está acontecendo dentro do universo deles que envolve a comunicação e que pode ser visto? Eu acho que isso ajuda a ter um portfólio, traz visibilidade para o trabalho, estimula eles na produção de conteúdo, então, assim, eu acho que chega de produzir de um para todos, está na hora da gente entrar na onda de que todos para todos tem como produzir. Então eu acredito muito nisso, e eu acho que a gente tem que fazer com que todos entendam que eles são parte desse universo, que eles podem produzir. Eu não acho que o Portal Facopp abriu as portas para as pessoas produzirem, porque em nenhum momento, as pessoas são incentivadas a isso, elas podem mandar um e-mail e esse e-mail pode ser lido e utilizado? Podem, mas quem disse que elas sabem disso? Em que momento que isso está sendo estimulado? O aplicativo veio, justamente, para estimular a participação, a colaboração e entender que eu quero ouvir o que você tem a dizer e não o que eu quero que você entenda, é isso.

**LARISSA CREPALDI TRINDADE**

**Professora da Facopp, coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda e supervisora da Agência Facopp**

**Data da entrevista: 07/05/2019**

**Meio: presencial**

**Quando e como você entrou para o corpo docente da Facopp?**

Eu entrei no corpo docente em 2005.

**Como surgiu a oportunidade de virar coordenadora?**

Foram três anos de docência, somente, aí eu fui convidada pelo professor Homéro, que naquela época assumia a direção e coordenação de geral e aí como ele sentia a dificuldade de gerir a questão da publicidade, pelo próprio desconhecimento de área e tudo mais, ele me convidou para ser a coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda em agosto de 2008. Depois entrou o professor Munir como diretor-geral, eu fiquei na coordenação da Publicidade e Propaganda e a Carol na coordenação de Jornalismo, e eu estou até agora há 11 anos.

**Como surgiu a Agência Facopp?**

A Agência Facopp já existia, ela chamava NUCOM (Núcleo de Comunicação) na época, a agência foi passando por várias transformações, passou por vários formatos, na verdade, e ela tinha o formato de um professor orientador com vários estagiários ou um único professor com um estagiário, e hoje ela trabalha até semestre passado, ela tinha dois professores orientadores, um grupo de estagiários e trabalhava exclusivamente a Facopp. Hoje, a gente está com um grupo de professores, orientadores em expertises diferenciadas e com um grupo de estagiários também, trabalhamos não só a Facopp como alguns trabalhos que vem da própria Unoeste e também alguns clientes externos. A Agência Facopp é um laboratório experimental na área de Publicidade e Propaganda e visa a aprendizagem acima de tudo.

**O que é feito dentro da Agência Facopp?**

A gente tem desde a parte de campanhas institucionais da Facopp, divulgação dos eventos que a Facopp tem, de todos os eventos que acontecem, a gente tem um trabalho que é feito com o ENEPE, que é um evento nacional de ensino, pesquisa e extensão, agora a gente tem atendido os incubados do INTEPP, que é a incubadora tecnológica de Presidente Prudente e alguns clientes externos que procuram a agência, por não terem condições de arcar com os custos de mercado, a gente faz essa triagem, então a gente tem atendido externamente também.

**E quem faz essas atividades?**

Todos os professores orientadores, os estagiários fixos na Agência e algumas células de trabalho que a gente compõe a parte, porque como são muitos trabalhos, muitos *jobs* rodando ao mesmo tempo, não dá para a gente deixar exclusivamente para os estagiários da agência, então a gente tem construindo células de trabalho,

como se fossem células de projetos de extensão que são coordenadas por nós professores que estamos ali na agência, fora o trabalho que é feito fixo.

**Como é o processo de seleção dos estagiários? E a partir do momento que é feita a escolha o que eles terão que fazer?**

Bom, cada um fica numa função, então, nós temos desde a parte de atendimento, que ela faz o primeiro contato com os clientes, os e-mails que chegam, que ela também acaba fazendo contato com os fornecedores, com mídia. Temos a parte de criação, de produção, planejamento de comunicação, então eles vão entrando dentro dos *jobs* e vão acompanhando junto com a gente, todo o processo de trabalho para ir aprendendo cada situação que vai entrando ali, porque cada situação é diferenciada. Já as células de trabalho que foram criadas, foi aberto uma campanha no início do semestre chamada “Encaixe-se”, que é a possibilidade de você se encaixar dentro da agência, sem a necessidade de você ser um estagiário fixo, de horário fixo, e aí você compõe essas células de trabalho, a partir deste formulário de inscrição e da aptidão de cada um, a gente foi selecionando para compor essas células de trabalho.

**Quais as diferenças você nota da Agência Facopp no começo para atualmente?**

Muita diferença. Desde a parte estrutural, até a quantidade de pessoas trabalhando como estagiário, a quantidade de professores envolvidos, os *jobs* que nós temos, hoje a gente vive uma realidade de mercado, então assim, toda os desafios que a gente pega, o envolvimento que a gente tem, até o próprio caminho para o universo digital que também é para nós foi algo que a gente vem trilhando e vem evoluindo bastante nisso, então tem muita diferença. Ela era naquela salinha onde é a sala do lado da Rádio Facopp, cabia duas pessoas. Então hoje a gente já tem uma estrutura melhor, apesar da gente ainda querer crescer um pouquinho mais daquela salinha de bico (risos), mas mudou bastante.

**Quais as suas maiores contribuições da Agência para a Facopp?**

Bom, a Agência Facopp desenvolve campanhas que trazem visibilidade para a Facopp, que ela traz a sensação de pertencimento para o aluno, ela é responsável pela divulgação dos laboratórios, pela divulgação dos estágios que vão acontecer nos laboratórios, ela acaba fazendo muito o trabalho de logomarcas, quando é necessário para alguns trabalhos de TCC, para os próprios laboratórios, para os eventos que a Facopp tem, a divulgação dos eventos, ela divulga também, ela procura sempre trazer até por meio do laboratório de mídias sociais, que fica ali dentro, sempre atualizando o aluno na área dele, trazendo links, reportagens, notícias, de coisas atuais que estão acontecendo dentro da nossa área, então o pessoal está sempre bem antenado. Ela trata a Facopp como um produto, que torna ela vendável, trazendo um conceito: quem é a Facopp? O que é estar aqui? O que é pertencer a Facopp? E auxiliando toda nesse trabalho de divulgação também de tudo que ela faz, tornando ela visível também tanto internamente como externamente.

**Você citou o laboratório de mídias sociais. Ele é trabalho junto com a Agência Facopp ou é separado?**

Ele é da Facopp, ele não é da Publicidade. Ele é da Facopp, só que ele trabalha ali dentro da agência no período da tarde e ele olha a Facopp como um todo, então ele tenta conversar com os três públicos que são publicitários, jornalistas e fotógrafos, ela tenta fazer essa mescla. Trazendo também notícias, trazendo também atualizações e fazendo esse processo de interação com esses três públicos de Facopp.

**O que a Agência Facopp contribui para a formação dos alunos para o mercado de trabalho?**

A Agência Facopp é um celeiro hoje de profissionais que vão para o mercado. Geralmente, a gente encerra um semestre e começa outro sem ninguém. É bem assim que acontece. A gente sempre começa com um estagiário, aí a hora que ele está pronto, já é contratado e a gente começa sempre o próximo semestre tendo que correr atrás de novos estagiários. Isso é muito positivo, claro, é difícil para a gente que tem que dar continuidade ao trabalho, mas muito positivo para o nosso aluno, porque ele está participando de todo o processo aqui, então, é diferente do estar em sala de aula, vivendo aquilo ali, muitas vezes, na teoria fragmentada e ali dentro da agência ele tem network, ele faz contato com fornecedores, clientes, ele ganha um traquejo, ele aprende a trabalhar dentro da área que ele tem aptidão, ele até descobre coisas que ele nem sabia se tinha aptidão ou não e desenvolve isso super bem, de repente. Então, graças a Deus, hoje a Agência Facopp tem sido um caminho bem legal para quem quer sair para o mercado de trabalho.

**Você acha que um aplicativo colaborativo pode contribuir de que maneira para o conteúdo que a Facopp produz?**

Eu acho que pode enriquecer demais, porque, na verdade, a gente hoje ainda segue um padrão que é sempre receber das instâncias superiores, então a gente recebe informação dos professores, dos laboratórios, e muitas vezes, nós não somos os detentores de todas as informações possíveis que podem estar acontecendo e que são coisas interessantes que venham a colaborar com o curso, com a formação. Então, eu acho muito legal, porque vai ser essa via de mão dupla, a gente vai poder liberar informação e vai poder receber informação, e ficar surpreso com tanta coisa que todo mundo tem a oferecer, no que diz respeito a nossa área, que vai contribuir com a nossa formação, vai contribuir com o curso e assim por diante. Eu acho que vai ser bem interessante.

**ROBERTO APARECIDO MANCUZO SILVA JUNIOR**

Professor da Facopp e coordenador da Assim (Assessoria de Imprensa Facopp)

Data da entrevista: 07/05/2019

Meio: presencial

**Como e quando você entrou para o corpo docente da Facopp?**

Eu entrei em 2005 e entrei logo depois de ter saído da TV Fronteira para fazer uma especialização em Curitiba em Comunicação Empresarial e na sequência veio o convite para eu integrar aqui como docente.

**Quando e como surgiu a Assessoria de Imprensa Facopp?**

A Assessoria de Imprensa da Facopp veio aparecer sob a minha coordenação, na verdade, ela aconteceu em 2009. A gente fez uma primeira experiência de um laboratório, de uma ação experimental com alunos da disciplina de Jornalismo Empresarial na época, para que eles fizessem então a assessoria da faculdade. Nós fizemos a experiência de um semestre, uma experiência boa e bem válida, passamos mais um outro semestre em experiência e a gente resolveu adotar então como um laboratório fixo com a entrada de estagiários, permanência e tal, ter um espaço físico para isso, para poder dar vazão a esse aprendizado quando eu dava em sala, porque os alunos queriam praticar a assessoria. A princípio os convidados eram sempre os alunos do sétimo termo que estavam fazendo Jornalismo Empresarial e depois a gente passou a convidar os alunos de toda a faculdade que tinham interesse na área, porque a gente já podia fazer um treinamento, começar a trabalhar com eles. Então foi basicamente, a gente pode colocar aí que foi desde 2009 que a Assessoria teve seu início.

**Qual o objetivo da Assessoria de Imprensa Facopp?**

O objetivo da assessoria na Facopp, na verdade, são dois, primeiro uma questão pedagógica de fazer com que o aluno possa desenvolver a atividade de assessoria de imprensa em tempo real e com uma empresa real, porque tudo que eles produzem aqui tem uma vazão para os meios de comunicação e é uma vazão natural que eles têm que fazer também o relacionamento, contato, corrigir, produzir, editar, então é uma questão pedagógica. Por outro lado, nós temos também a questão do cuidar da imagem da Facopp, que uma vez que estamos fazendo essa assessoria em tempo real e já valendo, então a nossa preocupação é fazer com que a imagem da Facopp tenha sempre muito mais uma aproximação positiva junto à opinião pública. Até porque esse é o sentido de toda e qualquer assessoria, promover uma imagem favorável da empresa junto à opinião pública, então essa é a nossa preocupação também.

**Quantos estagiários estão atuando no momento?**

Nós estamos agora com dois estagiários que estão na Assessoria de Imprensa da Facopp. A gente já chegou a ter, depende muito assim, das experiências que a gente vai fazendo, nós já chegamos a ter seis estagiários. Então, hoje estamos trabalhando com dois, hoje você tem uma facilidade maior até inclusive em relação

ao ambiente digital, então facilita mais, os alunos conseguem produzir de um jeito mais rápido e fácil, então você diminui a necessidade de ter tantos estagiários, embora a gente não negue quando o estagiário quer fazer um trabalho, quer participar e tal, a gente sempre permite, mas fixo hoje nós temos dois.

### **A Assessoria de Imprensa realiza algum trabalho fora da Facopp?**

Não, só dentro da Facopp. Ela cuida da imagem institucional da faculdade.

### **O laboratório já passou por alguma reformulação? Se sim, qual?**

Ele teve um trabalho de implementação da sala de imprensa que foi há dois anos, mas foi uma ação experimental, então a gente acabou nem continuando com isso. Então, assim, não é uma questão de reformulação, mas sempre teve uma evolução nesse sentido. Nós estamos agora repensando para poder operacionalizar de novo essa sala de imprensa.

### **Qual a importância da Assim para a imagem empresarial da Facopp?**

A Assim vai contribuir no sentido de formar essa imagem favorável junto à opinião pública. Não é um trabalho isolado, não é só a assessoria que vai promover isso em relação à imagem da faculdade, tem toda uma questão de gestão da própria faculdade, mas a Assim vai contribuir quando ela, na verdade, mediatiza, quando ela publiciza as informações, os dados, aquilo que a Facopp faz de bom e como a Facopp consegue ter uma relação direta com a sociedade, então é nesse sentido que ela tenha a sua importância.

### **O que a Assessoria de Imprensa da Facopp pode contribuir para o aluno no mercado de trabalho?**

Bom, aqui no laboratório a gente faz uma preparação bem real do que ele enfrenta no mercado. Não é uma situação em que ele vai ter como um fator principal, a questão da pressão, entrega dos prazos, a gente não tem uma preocupação com relação a isso, a nossa preocupação é que ele produza e faça esse trabalho acontecer da melhor maneira possível. A questão da pressão, do tempo, ele vai ter que se ajustar lá, cada um tem o seus limites, a sua perspicácia nessas situações, mas aqui a gente realmente vai produzir nele uma capacidade reflexiva, crítica a respeito da atividade da assessoria e uma capacidade também de produção dessa assessoria.

### **Você acha que um aplicativo colaborativo pode contribuir de que maneira para o conteúdo que a Facopp produz?**

Bom, na Assessoria de Imprensa nós estamos sempre “caçando” informação, então quanto mais nós tivermos essa informação disponibilizada nos mais diversos canais possíveis, isso pra gente é muito bom, porque a gente fica sabendo do que está acontecendo e essas informações de uma maneira ou de outra podem servir como ganchos para as nossas pautas. Então, é sempre muito bem-vindo quando eu tenho mais de um canal que vá trabalhar com nossas informações.

**THAISA SALLUM BACCO****Professora da Facopp, supervisora e diretora geral da TV Facopp Online****Data da entrevista: 07/05/2019****Meio: presencial****Como e quando você entrou para o corpo docente da Facopp?**

Eu acho que foi no ano de 2002. Foi um convite da diretora da faculdade, eu já dava aulas em Assis na FEMA (Fundação Educacional do Município de Assis) e aí o professor de Telejornalismo da Facopp saiu por motivos pessoais e abriu uma vaga. Eu trabalhava na TV Fronteira e dava aulas em Assis e a diretora me ligou, me convidando para entrar para a Unoeste. Eu trouxe meu currículo e fui aprovada. Então eu entrei no dia 2 de maio de 2002, faz 17 anos.

**Como e quando surgiu a TV Facopp Online?**

A TV Facopp foi uma sugestão de estudantes formandos em Jornalismo na Facopp, que em 2005 queriam criar uma TV para a universidade. Surgiu então o primeiro TCC em 2005, eles fizeram um projeto para a criação da TV. Depois em 2008 veio outro TCC para implantar a TV. Depois em 2009, veio um outro TCC para criar um telejornal para a TV Facopp, o Web Telejornal e outro TCC para o TeleJovem. E depois teve um outro TCC falando sobre a comunicação interna da TV Facopp. Então são cinco TCCs sobre a TV Facopp, lá tem toda a história e todos os detalhes.

**Qual o objetivo da TV Facopp Online?**

O objetivo é trabalhar as questões referentes ao ensino, pesquisa e extensão do Telejornalismo Online. A TV Facopp tem um laboratório para aprendizagem sobre a prática da televisão na internet. Então divulga informações sobre ensino, pesquisa e extensão, mas também é um projeto de ensino, pesquisa e extensão sobre essa prática para a formação dos estudantes nessa área.

**Qual o público-alvo da TV Facopp Online?**

O público-alvo da TV Facopp, desde o seu surgimento, sempre se concentrou na comunidade acadêmica da Facopp, mas em virtude das coberturas, dos outros atendimentos, das séries, isso se ampliou de tal forma que qualquer pessoa hoje que esteja conectada a internet, tenha acesso ao YouTube, porque a TV hoje está lá, seja também um público da emissora.

**Quais atividades são desenvolvidas nela?**

Todas as atividades relacionadas ao processo de produção da notícia, pauta, reportagem, cinegrafia, edição, apresentação, mas sobretudo, e principalmente, a questão do trabalho em equipe, a questão da liderança, que a gente trabalha com a ideia da liderança servidora num ambiente comunicacional, e toda a formação do sujeito, do jornalista enquanto ser humano antes de um profissional técnico especialista na produção de um audiovisual.



**Quem desenvolve essas atividades?**

Todo semestre a gente tem estagiários que integram a equipe da emissora, que são supervisionados por professores e contam com o apoio de funcionários e técnicos de todos os laboratórios da faculdade.

**Como é feito o processo de seleção dos estagiários?**

O processo de seleção dos estagiários se modificou ao longo do tempo. Atualmente, os estudantes interessados em fazer parte da emissora, mandam uma carta de intenção via e-mail junto com o seu currículo. É verificado o seu histórico escolar a não listagem de dependências, que é uma característica e aí depois disso o aluno é convidado por uma entrevista individual para que possa concluir esse processo.

**Após a escolha dos estagiários, o que é apresentado para eles, o que eles deverão fazer?**

Eles participam de uma formação inicial com a discussão de algumas questões centrais, e depois já na prática, eles iniciam as atividades e fazem o rodízio de funções. Atualmente é assim, participando de todas as funções existentes na emissora.

**Em relação a estrutura do laboratório, quais foram as grandes mudanças ocorridas?**

Em primeiro, o espaço físico, porque a TV Facopp junto com o laboratório de TV, depois os equipamentos, os computadores, as filmadoras, a linha telefônica, a internet, a ilha de edição, enfim. Então teve um crescimento muito grande na parte da estrutura nesse sentido.

**A TV Facopp Online já passou por alguma reformulação? Se sim, qual? Ainda vai passar por mais alguma?**

Muitas reformulações. Todos os semestres, na verdade, a TV Facopp passa por reformulações. No final do estágio, os alunos fazem um relatório final das atividades desenvolvidas, fazem um balanço e a equipe sugere algumas possibilidades de mudanças no projeto. A gente discute essas mudanças e aquilo que a gente considera interessante, pertinente e exequível, a gente adota para a próxima equipe, porque de repente não é possível que necessita de outras coisas, a gente vai trabalhando até fazer os ajustes que nós achamos que consideramos necessários. Essa avaliação é semestral, junto com os supervisores mais a equipe de trabalho dialogando de que forma o estágio ou o laboratório poderiam ser melhorados.

**De uma maneira geral, A TV Facopp Online tem uma boa repercussão entre os alunos, professores, funcionários e egressos.**

Sim. Hoje a TV Facopp Online se encontra na segunda fase. A primeira fase era para as pessoas conhecerem, tomarem conhecimento, apresentar a TV. Hoje, não só aqui na faculdade de comunicação, mas em toda a cidade, a TV Facopp é considerada como um veículo de comunicação local, inclusive ela recebe releases

para coberturas, ela é pautada, ela também tem o seu material clipado por agências e empresas de comunicação, então ela já está na sua segunda fase, que é a de caminhar com as suas próprias pernas. Ela já tem a sua identidade, ela já é reconhecida como veículo de comunicação e mantendo as suas características que é de laboratório para aprendizagem e discussão de uma prática de responsabilidade social do telejornalismo na internet.

### **E o que tem sido feito na TV Facopp Online para conseguir um bom alcance?**

São muitas coisas, mas é tudo reflexo do trabalho em equipe, principalmente das avaliações que a gente faz contínuas de tudo o que acontece no projeto. Então a ideia não foi da noite para o dia, a ideia é que o projeto foi evoluindo no decorrer do tempo.

### **Quais foram as suas contribuições tanto para a Facopp no geral como para a TV Facopp Online?**

É difícil a gente se qualificar nesse sentido, mas desde o surgimento da TV Facopp, eu participo das equipes, mas não foi sempre eu, vários professores, funcionários, estagiários já estiveram presentes, então é sempre uma contribuição coletiva. A TV Facopp não é minha, não é da Facopp, especificamente, a TV Facopp é uma emissora independente, que independentemente de quem esteja a frente, hoje ela consegue se sustentar e se manter. Ela já passou dessa ideia embrionário, ela já é independente e engatinha e anda com as suas próprias pernas.

### **O que a TV Facopp Online contribui para a formação dos alunos?**

Tem a parte das técnicas, do processo de produção, conforme eu já falei. Então os alunos aprendem a fazer pauta, relatórios, edições de texto, de imagem, planejamento de coberturas, coberturas televisivas, jornalísticas, projetos, enfim, tem toda essa parte técnica, mas sobretudo, a dimensão humana. O trabalho em equipe com transparência, responsabilidade, a ideia da servidão de um ao outro, o trabalho colaborativo, a cooperação também entre os pares, a análise e a discussão da realidade e a condutas mesmo, humanas que o profissional do século 21 tem que ter para não se esquecer que antes da máquina, existe um sujeito, com o qual a gente vai ter que se relacionar bem, com respeito e principalmente, com muita responsabilidade social.

### **Você acha que um aplicativo colaborativo pode contribuir de que maneira para o conteúdo que a Facopp produz?**

Sim, principalmente com a possibilidade de um canal que vai facilitar a participação do público no cenário da comunicação da faculdade. Então, é uma possibilidade que pela usabilidade ou pela ferramenta ou pelo desenvolvimento tecnológico que ele permite, eu imagino que as pessoas vão participar mais dessa comunicação, porque a tecnologia vai permitir e vai de encontro com os anseios e as práticas do sujeito pós-moderno, desse sujeito da contemporaneidade.

**ANEXO B**  
**QUESTIONÁRIO**

1 - Qual seu curso?  Jornalismo  Publicidade  Fotografia

2 - Em que termo estuda? \_\_\_\_\_

3 - Sexo:  Feminino  Masculino

4 - Onde você encontra informação da Facopp?

Facebook Facopp

Instagram Facopp

Portal Facopp

WhatsApp da Sala

Outros. Quais? \_\_\_\_\_

5 - Você já acessou o Portal Facopp?  SIM  NÃO

**CASO NUNCA TENHA ACESSADO, VÁ PARA A QUESTÃO 9.**

6 - O que você acessa no Portal?

Notícias

Galerias de Imagens

TCCs

Calendário Facopp

Inscrições ou certificados de eventos

Outros. Quais? \_\_\_\_\_

7 - Como você fica sabendo das notícias no Portal?

Pelo compartilhamento no Facebook

Pelo compartilhamento no Instagram

Acessando a página do Portal Facopp

Pelo compartilhamento por WhatsApp

Buscas no Google

Outros. Quais? \_\_\_\_\_

8 - Que tipo de notícias te interessa mais no Portal Facopp?

Divulgação de eventos da Facopp

Divulgação de eventos externos

Cobertura dos eventos da Facopp

Histórias de Facoppianos (alunos, ex-alunos, professores e funcionários)

Avisos do curso

Esportes da Facopp

O que acontece no curso

Especializações na área

Mercado de Trabalho

Outros. Quais? \_\_\_\_\_

9 - O que você gostaria de ler no Portal?

---

Acesse o Portal Facopp: [www.unoeste.br/facopp](http://www.unoeste.br/facopp)

### Análise do Questionário

<b>CURSO</b>	<b>VOTOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAGEM</b>
Jornalismo	81	101	80
Publicidade	126	229	55
Fotografia	26	36	72
<b>TOTAL</b>	<b>233</b>	<b>366</b>	<b>64</b>
<b>TERMO</b>	<b>VOTOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAGEM</b>
1 FOTOGRAFIA	7	10	70
1 JORNALISMO	15	22	68
1 PUBLICIDADE	25	39	64
3 FOTOGRAFIA	21	26	81
3 JORNALISMO	30	30	100
3 PUBLICIDADE	27	50	54
4B PUBLICIDADE	23	48	48
4C PUBLICIDADE	11	23	48
5 PUBLICIDADE	12	20	60
5 JORNALISMO		26	
6 PUBLICIDADE	22	39	56
7 A PUBLICIDADE	8	10	80
7 B PUBLICIDADE			
7 A JORNALISMO	10	10	100
7 B JORNALISMO	25	39	64
<b>TOTAL</b>	<b>236</b>	<b>366</b>	<b>64</b>
<b>SEXO</b>	<b>VOTOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAGEM</b>
Feminino	130	233	56
Masculino	100	233	43
<b>INFORMAÇÃO FACOPP</b>	<b>VOTOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAGEM</b>
Facebook Facopp	165	233	71
Instagram Facopp	114	233	49
Portal Facopp	75	233	32
WhatsApp da Sala	136	233	58
<b>JÁ ACESSOU PORTAL</b>	<b>VOTOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAGEM</b>
SIM	190	233	82
NÃO	44	233	19
<b>O QUE ACESSA NO PORTAL</b>	<b>VOTOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAGEM</b>
Notícias	107	233	46
Galerias de Imagens	80	233	34
TCCs	35	233	15
Calendário Facopp	81	233	35
Inscrições ou certificados de eventos	143	233	61
<b>COMO FICA SABENDO DAS NOTÍCIAS NO PORTAL</b>	<b>VOTOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAGEM</b>
Pelo compartilhamento no Facebook	124	233	53
Pelo compartilhamento no Instagram	45	233	19
Acessando a página do Portal Facopp	83	233	36

Pelo compartilhamento por WhatsApp	57	233	24
Buscas no Google	17	233	7
<b>TIPO DE NOTÍCIAS INTERESSA NO PORTAL FACOPP</b>	<b>VOTOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAGEM</b>
Divulgação de eventos da Facopp	152	233	65
Divulgação de eventos externos	55	233	24
Cobertura dos eventos da Facopp	100	233	43
Histórias de Facoppianos	72	233	31
Avisos do curso	110	233	47
Esportes da Facopp	27	233	12
O que acontece no curso	78	233	33
Especializações na área	54	233	23
Mercado de Trabalho	100	233	43
<b>O QUE VOCÊ GOSTARIA DE LER NO PORTAL</b>			
Mercado de Trabalho	Ex-alunos no mercado de trabalho		
Especializações	Atividades obrigatórias do curso		
Cursos para alunos	Como funciona a atlética		
Vagas de estágios	Horário de aula		
Conteúdo multimídia	TCC		
Vagas de emprego	Crônicas		
Vagas de estágio	Atualizações TCC Publicidade		
Dilemas dos alunos	Mais notícias sobre fotografia e curso de foto		
Exemplos de profissionais da área	Lugar para dar sugestões		
Notícias da área	Cases de grandes campanhas de publicidade		
Notícias mais atualizadas	Tecnologias, produtos e técnicas da área		
Metodologia de aulas	Novidades do audiovisual		
Dia a dia dos launos	Quizz sobre qual facoppiano você é		
Sobre professores	Eventos gratuitos para área		
Curiosidades antigas sobre comunicação	Trabalhos acadêmicos		
Curiosidades da área	Como ganhar dinheiro		
Projetos de extensão	Processos		

	seletivos internos		
Histórias de pessoas de sucesso na área	Indicações de filmes, séries, livros, docs		
Alunos intercambistas			

## APÊNDICES



**APÊNDICE A**  
**MATÉRIAS**

## REPLICANDO APRENDIZADO

### Podcast Manas oferece oficinas dentro e fora da Facopp

16/09/2019

**Jaqueline Piva**, especial para o Portal Facopp

Colaborou: Manas Podcast.



*Divididos em três blocos, a sala foi separada em grupos e cada foi responsável por um bloco do programa (Foto: Roberto Mancuzo)*

O estúdio da Rádio Facopp foi ambiente de uma nova prática ministradas no curso de Jornalismo. Na terça-feira (10) rolou a gravação da oficina de podcast realizada pelas meninas do Manas, produto fruto do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) desenvolvido pelas graduandas, Brenda Oliveira, Isabelle Voltareli, Larissa Oliveira, Taylane Fernandes e Rayeni Emerich.

A oficina é uma atividade prática da matéria de Comunicação Empresarial, ministrada pelo professor Roberto Mancuzo. Ele conta que iniciou as aulas sobre podcast há dois semestres e que vem trabalhando o formato de duas maneiras, tanto ensinando a fazer o podcast, como também sendo resultados de atividades feitas em sala.

O Podcast é um formato novo trabalhado na grade curricular da Facopp e foi o meio escolhido pelo Manas para a produção do TCC. O Manas é um programa em formato de podcast voltado para mulheres, em especial de Presidente Prudente, que traz em suas pautas informações e questionamentos femininos.

As alunas do grupo foram convidadas pelo Professor Mancuzo para diversas oficinas onde ensinaram mais sobre o formato e sua importância. Já fizeram a oficina em Narendiba e dessa vez trouxeram seu conhecimento para o 6º termo de Jornalismo noturno.

Taylane Fernandes, integrante do Manas, diz que as oficinas agregam experiências para o grupo tanto no pessoal como no profissional. “É uma experiência nova pra gente, que nos dá mais confiança, orgulho pelo trabalho e agrega no currículo. Além disso, a oficina auxilia na escrita do TCC, uma vez que os ouvintes têm dúvidas que podem agregar no conteúdo do trabalho. É um treino pra banca também.”

Sobre a aplicação da oficina feita pelas alunas, o professor e orientador do grupo afirma que elas estão fixando conhecimento de uma maneira profunda. Ele ainda aponta a importância para o Manas: “Primeiro pelo reconhecimento delas, do trabalho que elas fizeram, e num segundo momento o desenvolvimento da prática de podcast, porque quando você ensina, você aprende junto.”

### **Gravação de Podcast com o 6º termo de Jornalismo**

As oficinas funcionaram da seguinte forma: foram realizados quatro encontros. No primeiro contextualizaram sobre o surgimento do formato e o que ele é em si. No segundo, explicaram como funciona a produção de um podcast passo a passo, e os alunos tiveram que produzir pauta e roteiro a partir de textos de apoio disponibilizados pelo professor para gravarem o programa. Foram acompanhados na produção do roteiro, até o último encontro onde realizaram a gravação.

Para a aluna do 6º termo, Bruna Bonfim, durante as aulas puderam aprender muitas coisas novas, desde o surgimento até a publicação do produto final. Ela conta que o que mais lhe chamou a atenção foi a diferença entre o podcast e o rádio.

Izabelly Fernandes, também participante das oficinas conta que descobriu a facilidade como um podcast pode ser gravado em comparação a programas de rádio, além de entender o podcast como um diálogo, algo mais solto, não tão mecânico.

Como o formato não era antes trabalhado e se trata de algo ainda em expansão, Taylane conta sobre o feedback dos alunos quando apresentados mais a fundo sobre o assunto, “Muitos só conheciam a palavra podcast mas não sabiam exatamente o que era, enquanto alguns alunos já consumiam os conteúdos no formato, então foi uma coisa nova para grande parte.” Ela ressalta que o feedback foi muito positivo e os alunos fizeram perguntas, tiraram dúvidas, todos interessados.

O programa teve como tema “A cultura empresarial e o futuro do trabalho”. Os alunos discutiram sobre a flexibilização dos direitos trabalhistas, a precarização e mobilização do trabalho.

Para Izabelly e Bruna, a gravação superou suas expectativas e elas contam que participaram mais do que imaginavam e que a sala nunca se envolveu com a discussão de um assunto dessa forma. Izabelly frisa que a forma como as opiniões

são expostas, a forma de pensar colocada no podcast fizeram ela se sentir à vontade durante a gravação, unindo a opinião com os dados.

### **O Podcast como novo formato de fazer Jornalismo**

O Podcast no jornalismo vem como um meio de informar de modo rápido e prático, de qualquer lugar e em qualquer momento. Além disso, para os jornalistas, a forma como pautas são construídas e programas podem ser gravados, mostram um novo jeito de fazer jornalismo: em uma sala, pessoas reunidas e uma discussão relevante. A distribuição também conta como vantagem, não é preciso emissoras de rádios para que as pessoas ouçam.

Para Larissa Oliveira, integrante do Manas, que também participou da oficina o podcast veio para servir e ajudar quando o assunto é conhecer. “O podcast é para quem quer um conteúdo ainda mais cheio de informações e aprofundado. É onde você terá um conceito, uma opinião, vai desenvolver senso-crítico e várias coisas.”

Dentro da formação acadêmica, o podcast traz um novo olhar do jornalista para o meio, e como comunicadores é de extrema importância manter-se atualizado quanto às novas mídias. Larissa, como estudante de jornalismo e produtora de podcasts, fala da importância de estudar sobre dentro da faculdade: “É uma maneira de se conhecer um produto novo, informativo e de fácil produção. Quando ele traz notícia, ele continua sendo um ótimo veículo para quem procura praticidade”.

Ambas as alunas participantes, Izabelly e Bruna expressaram sua vontade por mais oficinas dessa na Facopp e isso só mostra o sucesso do Manas como transmissoras de conhecimento e o podcast como formato a crescer em grande potencial dentro da profissão.

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/podcast-manas-oferece-oficinas-dentro-e-fora-da-facopp/>

## EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

### Facoppiana conta experiência pessoal na área da Comunicação

18/09/2019

**João Martins**, especial para o Portal Facopp

**Colaborou:** Leticia Ramos



Muitas histórias e experiências inusitadas já foram contadas por alunos e ex-alunos da Facopp. A bola da vez é a estudante do 5º termo de Publicidade e Propaganda, Leticia Ramos que precisou passar por alguns apertos para, atualmente, ser apaixonada por uma das áreas do curso, o marketing.

O amor pela Comunicação surgiu na infância, quando a aluna tinha apenas 14 anos de idade e adorava brincar de apresentadora de telejornal junto com um colega de classe na época. Logo ali, surge a paixão pelo Jornalismo. “Quando eu assistia a TV, eu ficava impressionada com o jornal, as reportagens e eu olhava e pensava que era aquilo que eu queria fazer.”

Dez anos depois, os planos mudaram, Leticia ficou noiva e com isso, precisou mudar de escolha de curso, mas não queria deixar a comunicação de lado. Ela conta que se inscreveu na Unoeste para cursar Fotografia como primeira opção, por conta de ter apenas quatro semestres, para que após a sua formação, os dois pudessem organizar o tão esperado casamento. Jornalismo foi a escolha para a segunda opção.

“Porém, quando eu fui fazer a matrícula não tinha aberto turma para nenhum dos dois cursos, portanto, acabei escolhendo Publicidade e Propaganda, caso não desse certo eu trancaria e tentaria Jornalismo depois no ano seguinte”.

Logo no terceiro termo do curso, Leticia começou a trabalhar na Talk Rádio de Presidente Prudente, onde passou por vários departamentos e desenvolveu diversas atividades como atendimento, produção de conteúdo, redação publicitária e acabou conhecendo a parte de marketing, que causou um grande interesse.

“Acabei saindo de lá no final do ano passado, mas ainda com isso em mente. Cheguei no quarto termo do curso dizendo que queria trabalhar com marketing, seja digital, de conteúdo ou relacionamento, gosto de todos sem exceções”, conta a estudante.

### **PAIXÃO PELO MARKETING**

Atualmente, a discente está estagiando na área da Publicidade e Propaganda, atuando na parte de marketing digital. Segundo ela, a empresa deu total abertura para todos os tipos de ideia que ela queira fazer. “Eu faço bastante *stories*, *posts* e interação com os clientes, já bolei sorteios, lives, tudo muito atualizado, pois eu quero que a página não seja só aquela coisa de postagens. Eu tento fazer com que as pessoas se sintam próximas, que seja uma coisa mais humanizada e graças a Deus, tem dado super certo, venho trazido ótimos resultados e estou muito feliz e realizada”.

Para o futuro, Leticia pensa em fazer uma pós-graduação em marketing, e em relação ao Jornalismo, sua paixão de infância, não há nada certo. “Acredito que com a minha formação de Publicidade e Propaganda, eu posso fazer uma especialização depois para Jornalismo, mas eu acho que tenho muito pra crescer na área da Publicidade e Propaganda, pois é uma coisa que está super em alta e muda constantemente.”

Como conselho, a estudante conta que as pessoas devem se arriscar mais, vivenciar um estágio, participar e aproveitar de tudo que a Facopp oferece para os alunos.

“Se você estiver disposto a aprender um pouco de tudo, além da experiência que você leva, você já chega sabendo, já chega familiarizado no lugar e isso é muito legal. Um estágio é muito enriquecedor, mas também as palestras, tudo o que acontece na Facopp, os talks, colóquios e workshops. Cabe a cada um buscar mesmo, porque você não pode se limitar só a vir as aulas e ir embora, vir, fazer prova e passar sem saber nada, você precisa buscar a aprender as coisas que a faculdade te oferece, porque toda experiência é válida.”

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/facoppiana-conta-experiencia-pessoal-na-area-da-comunicacao/>



## TUDO COLABORATIVO

### Jornalista produz jornal a distância por meio da internet

20/09/2019

**Mariane Pracânica**, especial para o Portal Facopp

**Colaborou:** Carin Ferraz



*Carin reside em Maringá/ PR e produz um jornal para um condomínio de Cabo Frio/ RJ (Foto: Arquivo Pessoal)*

Que a colaboração é a maior aliada do jornalismo isso não é novidade para ninguém. Porém, na era das redes sociais, isso se intensificou. A Carin Ferraz é jornalista formada pela Facopp no ano de 2000. Atualmente ela mora em Maringá (PR) e produz um jornal para um condomínio na cidade de Cabo Frio (RJ). Esse trabalho não seria possível se não fosse com a ajuda dos moradores, funcionários e da gestão do condomínio por meio das redes sociais, mais especificamente o WhatsApp.

A jornalista que morava no estado do Rio de Janeiro e atualmente está no Paraná, produz, apura, entrevista, define as pautas com a administração, faz sugestões para o diagramador, que é do Rio, recebe fotos, além de vender anúncios para as edições do jornal.

“Comecei esse projeto lá [Cabo Frio], mas aí me mudei para o Paraná. Mesmo depois da mudança eu estou conseguindo produzir um jornal inteiro a distância, com ajuda da internet”.

A ideia de implantar uma comunicação interna para o condomínio surgiu com o ingresso de uma nova administração. Carin sugeriu para a gestão do Condomínio dos Pássaros que houvesse um trabalho para otimizar a comunicação do local, pois além dos moradores, passam muitos turistas que alugam casas de veraneio.

Ela observou que muita coisa precisava ser divulgada para tirar todas as dúvidas tanto de quem reside ali, quanto dos turistas. A divulgação das informações iniciou pelo Facebook e em seguida, a subsíndica sugeriu que houvesse um jornal impresso pelo fato de algumas pessoas não possuírem a rede social.

Segundo Carin, a criação do jornal foi importante para resolver ruídos na comunicação interna do condomínio, que possui cerca de 5.000 mil moradores. “Esse trabalho deu bastante resultado, porque como é um condomínio muito grande, muitas informações não chegavam até as pessoas e hoje em dia chegam”.

A ex-facoppiana diz que havia muitos comentários ruins sobre a gestão do local na internet (Facebook, grupos de WhatsApp), por falta de informação. O informativo colaborou para quebrar preconceitos contra a atual administração e, como ela mesma diz, transformar a realidade do local.

“A informação tem ajudado a administração a conseguir fazer um bom trabalho. O pessoal com a informação clara e precisa passa a apoiar e a contribuir mais.”

Para a produção de pautas, a jornalista recorre a fontes como síndico, subsíndicos, moradores e funcionários. Ela também utiliza o Facebook e faz parte de vários grupos do WhatsApp com os moradores para saber tudo o que “tá rolando” pelas redondezas. Assim, define as pautas juntamente com a administração com base nas publicações e indicações das fontes.

“Eu fico ligada nas conversas do pessoal, vejo o que eles comentam e de repente, um evento que rolou, alguém comentou alguma coisa, eu vi que o comentário foi legal e já entro em contato com a pessoa pelo WhatsApp”.

## **O produto**

O jornal “+ Atitude” é formado por oito páginas divididas por editorias, no qual são tratados assuntos voltados para os interesses dos condôminos como divulgação das ações da gestão, assuntos jurídicos, prestação de serviços, eventos, coluna social, apresentação de funcionários, entre outros.

Não poderia faltar a matéria especial, que Carin sempre tem o cuidado de tratar sobre assuntos atuais, porém, voltados para o condomínio. “Como o jornal é trimestral, eu não posso fazer coisas factuais. Eu preciso procurar fazer as matérias, mesmo que eu puxe do factual, mas fazer com que fique frio, que não perca a validade”.

As vendas dos anúncios dentro do periódico são para a manutenção dos gastos com as publicações. Quem costuma anunciar são os próprios estabelecimentos comerciais do condomínio, pois lá tem imobiliária, restaurante, entre outros seguimentos, e empresas de fora, cujo público-alvo são os moradores do local.



## **A importância da colaboração**

Carin frisa que a colaboração está cada vez mais essencial no jornalismo, sobretudo no trabalho dela, pelo fato de fazer um jornal inteiro, sozinha e a distância. Ela diz que seria impossível produzir o informativo sem a contribuição de outras pessoas, mas destaca a importância de uma boa apuração jornalística.

“Com as mídias sociais, todos podem ser repórteres de algum modo e registrar uma boa história. Essa possibilidade enriqueceu bastante o trabalho informativo. O que não tira a responsabilidade de apuração dos fatos pelo profissional! Especialmente em tempo de fake news.”

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/jornalista-produz-jornal-a-distancia-por-meio-da-internet/>

## TALENTO

### Ex-facoppiana participa de exposição fotográfica sobre arte urbana

24/09/2019

**João Martins**, especial para o Portal Facopp

**Colaborou:** Karina Nogueira e Rayana Cabrera



*Rayana aprecia sua exposição (Foto: Arquivo Pessoal)*

Está acontecendo até o dia 30 de setembro no Copas Café & Vinho de Presidente Prudente, uma exposição fotográfica com o tema Arte Urbana realizada pela ex-facoppiana Rayana Cabrera.

A ideia da organização da mostra, surgiu de que proprietários do Copas sentindo a falta de espaços com exposições culturais, com isso, Karina Nogueira, que trabalha com eventos, foi convidada a organizar o evento, junto com a proprietária do local.

Segundo ela, o objetivo da exposição é mostrar uma visão fotográfica de vários cenários espalhados pelo mundo. “Queremos contar um pouco sobre a arte urbana nos grandes centros da Europa, São Paulo e, claro, Presidente Prudente.”

## **PAIXÃO PELA FOTOGRAFIA**

Formada pela Facopp em 2018 no curso Publicidade e Propaganda, Rayana Cabrera é a dona de todas as fotos da exposição. Ela conta que é apaixonada por fotografia desde a sua infância quando ganhou uma câmera fotográfica dos seus pais.

“Eu fotografava tudo e achava incrível o fato de eu poder registrar um momento e mantê-lo vivo para sempre. É a minha paixão, uma extensão de mim, é como se eu pudesse transmitir tudo que eu vejo e sinto através de um click”.

Para a exposição, a ex-aluna conta que algumas das fotos foram tiradas na Europa, Portugal, França, e outras são de São Paulo e Londrina, todas produzidas em viagens que fez. Em relação ao que gosta de fotografar, ela relata que ama o pôr do sol e paisagens.

Com as fotos expostas num local onde muitos prudentinos frequentam, Rayana se sente realizada com o resultado. “Eu achei incrível, nunca tive essa oportunidade e é sempre uma honra ver seu trabalho sendo reconhecido. Meus pais ficaram super orgulhosos quando eu contei, afinal eles me apoiaram desde sempre a seguir o que meu coração mandava.”

## **SERVIÇO**

Se você quiser ver pessoalmente a exposição, o Copas Café & Vinho de Presidente Prudente fica na rua Dr. Gurgel, 777. Lembrando que as fotos estarão lá até 30 de setembro.

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/ex-facoppiana-participa-de-exposicao-fotografica-sobre-arte-urbana/>

## PROJETO INTEGRADOR

### 2º termo de Comunicação cria site sobre Síndrome de Down

03/10/2019

**Mariane Pracânica**, especial para o Portal Facopp

**Colaborou:** Ramon Diniz



*Crianças com Síndrome de Down em oficina de arte na Sala de Criação da Facopp para realização de uma matéria do projeto integrador (Foto: Gabi Teixeira)*

Neste ano de 2019 a Facopp inaugurou uma nova matriz curricular na qual estudantes dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda cursam juntos as mesmas matérias nos dois primeiros termos.

Como parte da matriz nova, a disciplina de Projeto Integrador, ministrada pela professora Thaisa Bacco em parceria com outras cinco disciplinas, trouxe para os alunos do segundo termo de Comunicação a proposta de criar um site totalmente informativo com a temática: Síndrome de Down.

O projeto é trabalhado em conjunto com as disciplinas de Produção de Conteúdo, ministrada pelo professor Roberto Mancuzo, Fotografia com a professora Fabiana Alves, Criatividade e Inovação com a professora Priscila Guidini, Desing de Interface com o professor Fabrício Mira e Linguagem Multiplataforma com o professor Helton Molina.

A realização do projeto integrador tem como objetivo fazer com que os alunos entendam que uma disciplina está interligada a outra e que cada uma delas tem um

fim na produção de algum produto maior, segundo a coordenadora do curso de Jornalismo, Carolina Mancuzo.

Para ela, esse projeto é importante para a vida acadêmica e profissional do aluno, pois leva à compreensão do trabalho em equipe. “Na comunicação a gente dificilmente trabalha sozinho. Nós precisamos da contribuição dos outros e também temos que aprender sobre isso. Inclusive aprender a lidar com as pessoas, se submeter em alguns casos, em outros casos até a liderar.”

A experiência do Projeto Integrador na Facopp é nova tanto para os professores quanto para os alunos. De acordo com a professora Thaisa Bacco, esta novidade está sendo implantada justamente por conta das mudanças nos cursos de Publicidade e Propaganda e Jornalismo. “Como a grade é nova, eles estão passando por todas essas disciplinas pela primeira vez. É a primeira turma que está recebendo esse conteúdo. Então tudo é novo pra eles!”

## **O PROCESSO DE PRODUÇÃO**

Como resultado final, os alunos precisam apresentar um site com conteúdo voltado para a temática Síndrome de Down. Esse site deve ter 10 páginas, no qual cada página é uma editoria, entre elas estão: educação, cidadania, políticas públicas, trabalho, saúde e sexualidade.

A sala foi dividida em 10 grupos de 6 alunos e cada grupo é responsável por uma editoria. De acordo com a professora Thaisa, atualmente a turma está em fase de produção de conteúdo.

“Fizeram o desenvolvimento do site, das temáticas, discutiram a questão da colaboração, da inovação, da criatividade, o site ganhou um nome, uma identidade visual, um logotipo, planejaram todas as pautas e todos os conteúdos.”

A Sarah Campos Dias, juntamente com seu grupo, ficou responsável por falar sobre políticas públicas voltadas para a causa de pessoas com Síndrome de Down. Eles estão produzindo vídeo e fotorreportagem e querem mostrar para a sociedade que existem muitas leis que amparam as pessoas com T21, porém não são aplicadas na prática por falta de estrutura. “Eu realmente espero que esse site venha a ser proveitoso e informativo! É um trabalho bem especial!”

O grupo do Ramon Alves Diniz ficou responsável por tratar sobre a comunicação com a sociedade e, como ferramenta, eles trabalham com exposição de arte, *making of* da exposição, crônica e entrevistas com especialista como fonoaudióloga, psicóloga e pedagoga.

Para ele, tem sido um momento especial de aprendizado. “Trabalhar com causas sociais traz uma humanidade pra gente que é uma coisa de outro mundo. É uma coisa totalmente gostosa! Você se sente feliz em mostrar pra sociedade uma causa que é pouco falada. Está sendo incrível!”

O próximo passo é fazer a pós-produção e a incorporação desse conteúdo no site. Segundo Thaisa, os próprios alunos farão toda a programação e as publicações.

Cada grupo vai apresentar sua página para todos os professores do termo no dia 12 de novembro. Após as avaliações, considerações e possíveis correções, o site entrará no ar. O lançamento para a sociedade está previsto para o dia 19/11.

Em breve vamos poder conhecer o trabalho incrível que essa galera está produzindo. Eu já estou aguardando ansiosamente e você?

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/2o-termo-de-comunicacao-cria-site-sobre-sindrome-de-down/>



## VESTIBULAR EM COMUNICAÇÃO

### Campanha da Facopp trabalha com imagem de alunos e ex-aluna

04/10/2019

**Melyssa Santos**, especial para o Portal Facopp

**Colaborou:** Thomas Aguilera



*O professor de Fotografia Thomas Aguilera quem produziu as fotos da campanha da Facopp. Da esquerda para direita: Bárbara Cândido, Felipe Piquione e Mariana Menotti (Foto: Carolina Mancuzo)*

O Vestibular Unoeste começou e três Facoppianos foram escolhidos para serem as carinhas que vão estampar os materiais de divulgação do vestibular de comunicação. Os alunos Bárbara Cândido e Felipe Piquione, e a ex-aluna, Mariana Menotti, posaram para as lentes do professor Thomas Aguilera em um ensaio regado de sorrisos.

Os rostinhos já são conhecidos na Facopp. Mariana Menotti, jornalista desde 2016, modelo e digital influencer da região, conta que ficou extremamente feliz com o convite para participar da campanha e como tudo que aprendeu na Facopp, reflete no seu trabalho.

“É uma faculdade de onde você pode tirar tantos aprendizados, que na minha profissão ela se encaixou perfeitamente. Eu sei me portar em frente às câmeras, sei falar de forma clara e lidar com meus seguidores e clientes”, explica.

A comunicação está bem representada por alunos que realmente vivem o que cursam. Felipe Piquione, estudante de Fotografia e estagiário no laboratório, explica que entrou no curso por hobby e com intenção de sair se não gostasse, mas que

desde o primeiro dia de aula se apaixonou pela profissão e que agora o sentimento é de saudade, pois faltam dois meses para acabar.

No caso de Felipe, diferente de Mariana, sua reação ao receber o convite para participar da campanha foi de surpresa. “Mas uma surpresa boa, afinal, não tinha experiência como modelo e meu negócio é atrás das câmeras”.

A digital influencer Bárbara Cândido também representa a Facopp. Ela é aluna do curso de Publicidade e Propaganda. “Eu me senti muito feliz por ter sido convidada, pois é a faculdade que eu estudo, é um curso que eu gosto muito. Fiquei sem palavras mesmo! Eu espero que as pessoas consigam entender através da nossa campanha um pouquinho do que é a Comunicação e que venha pra Facopp, né?”, disse a futura publicitária.

## O VESTIBULAR

As inscrições para o Vestibular de Comunicação da Unoeste já iniciaram e, além dos cursos no período noturno, após dois anos sem oferecer esse horário, a Comunicação voltou a dar oportunidade para aqueles que preferem o horário da manhã em Jornalismo e Publicidade e Propaganda.

A novidade para 2020 é que além dos cursos já tradicionais e reconhecidos pela Facopp, os futuros facoppianos terão mais duas opções: Relações Públicas e Marketing.

A aplicação da prova será realizada no dia 23 de novembro. A inscrição e consulta do edital pode ser feita no site: <https://www.unoeste.br/site/vestibular/>

Corre, pois as inscrições já estão a todo vapor!!! Afinal, **COMUNICAÇÃO É NA UNOESTE!**

#sejafacopp #queroserfacopp #jornalismo #publicidade #fotografia #relaçõespúblicas #marketing #comunicaçãoénaunoeste

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/campanha-da-facopp-trabalha-com-alunos-e-ex-aluna-dos-cursos/>



## SÍNDROME DE DOWN

### Jovens da AopDown aprendem técnicas de fotografia em oficina educacional

08/10/2019

**Mariane Pracânica**, especial para o Portal Facop

**Colaborou:** Larissa Oliveira



*Jovens da AopDown atentos aos ensinamentos da futura jornalista Larissa Oliveira (Foto: Cedida)*

A Associação do Oeste Paulista de Síndrome de Down (AopDown), mais uma vez abraçou um projeto com a Facopp. Dessa vez, alguns jovens da instituição estão aprendendo a fotografar. A iniciativa é da estudante Larissa Oliveira, do 8º termo de Jornalismo, orientada pela professora Thaisa Bacco para um trabalho da disciplina de Comunicação e Educação. Nessa oficina, a estudante introduz os conceitos básicos sobre foto, apresenta a fotografia de retrato e técnicas de como produzi-las.

Com o tema “A Fotografia Educativa como Ferramenta na Construção do Olhar de Pessoas com Síndrome de Down”, o projeto tem o objetivo desenvolver, executar e avaliar uma oficina de fotografia em uma associação sem fins lucrativos a fim de entender a sensibilidade do olhar de um grupo de pessoas com que possuem a alteração no cromossomo 21 (T21).

O grupo conta com a participação de seis jovens que são pacientes da AopDown. Larissa confessa que antes de executar o projeto, teve receio de não conseguir passar o conteúdo de uma maneira clara e objetiva, mas os alunos foram bem dedicados e receptivos com ela.

“Não tinha nada o que temer. Eles são muito inteligentes e absorvem bem o que falo. São muito carinhosos!” Ela ensina passo a passo cada um dos participantes, mostra para eles as técnicas de iluminação, enquadramento e foco. “Eles precisam ter exemplos de como fazer a foto. Não basta apenas falar, é necessário que eles já façam a prática”.

A oficina será dividida em quatro encontros. Na primeira aula foi ensinado a parte teórica com os conceitos de fotografia. Já no segundo dia será retomado o conteúdo e os jovens vão fotografar com auxílio da estudante. No terceiro encontro, eles farão os registros oficiais com os próprios celulares. Em seguida vão escolher as melhores imagens, dar nome e legenda. As fotos selecionadas farão parte de uma exposição na AopDown no último dia da oficina.

Larissa incentiva o grupo a trabalhar o olhar por meio da fotografia e conta como foi a experiência que teve logo no primeiro dia. “Eu percebi que quanto mais eu falava, mais eles ficavam interessados”. E diz que ficou muito orgulhosa já com o resultado do primeiro dia. “Trabalhar com esses jovens só reforça o que eu já sabia: eles são muito inteligentes e a única diferença mesmo é a oportunidade. Eu vejo que eles têm muita vontade de conhecer.”

A professora de pintura e artesanato, Rosângela Maria Xavier Silva acompanhou o primeiro dia da oficina junto aos alunos e disse que eles ficaram muito animados com a aula. Ela também avalia o projeto como algo positivo no desenvolvimento pessoal de cada participante. “É um ótimo incentivo para que os jovens com Síndrome de Down possam acreditar no potencial de cada um.”

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/jovens-da-aopdown-aprendem-tecnicas-de-fotografia-em-oficina-educomunicativa/>

## Vira Galo

### Alunos de Publicidade buscam soluções de comunicação para Centro de Inclusão Digital da Unesp

09/10/2019

**Wellington Camuci**, especial para o Portal Facopp

**Colaborou:** Lucas Alves



*Um dos personagens que está sendo desenvolvido para o projeto (Foto: Lucas Alves)*

Os alunos do 7º termo de Publicidade e Propaganda estão desenvolvendo o projeto “Vira Galo”. O projeto interdisciplinar visa trabalhar em cima dos problemas de comunicação de uma empresa do terceiro setor. Neste semestre o cliente é o Centro de Promoção para Inclusão Digital, Escolar e Social (CPIDES), um departamento da Universidade Estadual Paulista (Unesp) de Presidente Prudente.

A professora Mariangela Fazano, uma das responsáveis pelo projeto, fala que a escolha do CPIDES partiu de um pedido dos diretores do centro por entenderem que ele é reconhecido internacionalmente, mas pouco conhecido no Brasil.

A turma é dividida em grupos que trabalham com os problemas encontrados. O aluno Lucas Alves conta que seu grupo está desenvolvendo um ebook sobre como virar uma associação e uma ideia de vídeo com personagens digitais criados por eles.

“Trabalhamos o termo inteiro no projeto e depois apresentamos para a empresa. Fazemos um evento e apresentamos tudo da comunicação feita para resolver os problemas”.

Segundo o aluno Noel Martins, os principais problemas encontrados no CPIDES foram de comunicação interna e externa, parcerias pouco eficazes, dificuldade na transmissão da mensagem sobre cultura inclusiva e falta de autonomia. “O projeto tem como objetivo analisar e solucionar problemas de comunicação e marketing de alguma empresa”.

O grupo ficou responsável pela comunicação interna e estão desenvolvendo propostas para gerar o senso de pertencimento do público interno e a sistematização da comunicação.

### **Aprendizagem**

Fazano fala que no projeto são utilizadas duas concepções metodológicas: aprendizagem baseada em projetos e perspectiva contextualizada, construcionista e significativa.

Para ela, o projeto é importante por colocar os alunos num contexto de autonomia. “Então eles têm contato direto com um cliente real. Os professores se tornam dentro desse contexto, facilitadores em um processo de horizontalização do conhecimento e não mais a verticalização”.

Para Alves, poder colocar em prática o aprendizado em um cliente real é o que torna o projeto importante na preparação para o mercado de trabalho.

Martins fala que o projeto é importante porque “possui uma ideia de interagirmos com um cliente real e nos proporcionar um grande teste para ver se todo o conhecimento obtido nesses três anos e meio de estudos está realmente alinhado”.

O projeto Vira Galo segue até final de novembro encerra com a entrega e apresentação de todo material de comunicação e marketing ao CPIDES.

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/alunos-buscam-solucoes-de-comunicacao-para-centro-de-inclusao-digital-da-unesp/>

## SEM BARREIRAS

### Facoppiano aplica projeto de Educomunicação no Rio de Janeiro

23/10/2019

**Melyssa Santos**, especial para o Portal Facopp

**Colaborou:** Evandro Brandi Marques



Evandro Brandi, de aluno a professor, no Rio de Janeiro (Foto: Arquivo Pessoal)

O quão longe você está disposto a ir para fazer o que gosta? O facoppiano Evandro Brandi foi executar seu projeto para a disciplina de Comunicação e Educação no Rio de Janeiro. Ele não foi lá apenas para isso, mas foi motivado por sua paixão, que é o jornalismo online religioso.

Aproveitando que iria para o estado participar de um Seminário de Comunicação voltado para comunicação religiosa, o aluno do 8º termo de Jornalismo resolveu propor a aplicação do seu projeto, que tem como objetivo aprimorar a comunicação da página da Pascom com uma oficina de Facebook, e a resposta foi positiva.

“Analisei a página e os recursos que eles estavam utilizando, o que podia mudar e acrescentar, e formulei uma ideia. Eles super gostaram, apresentaram para o padre que gostou bastante também e deu certo!”, conta.

Com os encontros já iniciados no sábado (12/10), Evandro explica que preparou conteúdos que partem desde a história do Facebook, até suas ferramentas e produção de conteúdo de forma ideal para a plataforma, tudo cheio de dicas com

base no jornalismo e as coisas que aprendeu na faculdade, aplicando na realidade do grupo.

O facoppiano conta que os últimos Encontros contaram com bastante prática e a turma teve que colocar a mão na massa, aplicando o que aprenderam.

Sobre os desafios de aplicar seu projeto, Brandi diz que ir para outro estado foi tranquilo, pois se hospeda em casa de parente, mas que na parte de execução não foi muito fácil no início por conta de nervoso e o peso da responsabilidade. “Isso não me impediu de querer estar e aprender com eles. Da mesma forma que eu estou ajudando a aprimorar a comunicação da paróquia, eu também estou sendo ajudado”, relata.

Faltando menos de dois meses para se formar, Evandro, focando em viver aquilo que tanto lhe interessa no jornalismo, explica o que o fez ir tão longe. “Foi essa vontade de querer ajudar além de da minha cidade, não deixar a distância ser uma barreira. Mas essa vontade vem com o objetivo de trocar conhecimento”.

A disciplina ministrada pela Professora Thaísa Bacco, tem resultado em projetos muito bacanas. Você pode conferir aqui no Portal Facopp, o projeto da Larissa Oliveira que promoveu uma oficina de fotografia na Aopdown, e a da Janaina Tavares com o NEIA, promovendo uma leitura crítica na série *The Handmaid's Tale*.

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/facoppiano-aplica-projeto-de-educomunicacao-no-rio-de-janeiro/>



## Visita à Facopp

### Alunos de Sandovalina visitam a Facopp e participam de oficinas práticas

23/10/2019

**João Martins e Mariane Pracânica**, especial para o Portal Facopp

**Colaborou:** Taylane Fernandes



Professor Roberto Mancuzo abre oficina de Podcasts (Foto: Cedida)

Na manhã da quinta-feira (17/10), a Facopp recebeu uma visita bem especial. Os alunos do 8º ano do Ensino Fundamental da escola Monteiro Lobato, da cidade de Sandovalina (SP) foram convidados a participarem de algumas experiências práticas na área da comunicação.

A iniciativa de trazer os alunos para conhecer os corredores da Facopp partiu de uma das professoras da escola, Fabiana Damascena, que ministra a disciplina de Língua Portuguesa. No dia ela também foi acompanhada pelo professor Valdir Miguel e, juntos, trouxeram 39 estudantes.

“Inicialmente, a ideia surgiu com o intuito dos alunos poderem conhecer na prática como é feita uma propaganda, como funciona o mundo das agências, dos anúncios publicitários, pois este é o conteúdo do currículo do 8º ano do Ensino Fundamental (análise e interpretação do gênero anúncio publicitário), assim como fiz com os alunos do 7º ano que estudam o gênero notícia e os levei para conhecer a estrutura do jornal O Imparcial”, explica Fabiana.

Porém, no meio desse projeto, a professora acabou conhecendo o professor Roberto Mancuzo, que deu uma aula na disciplina de Mídias Alternativas na pós-graduação de Geografia da Unesp, em Sandovalina, na qual ela está realizando a sua pesquisa de Mestrado em Educação.

“Conversei com ele e marcamos o dia da visita para que os alunos pudessem participar da oficina de Propaganda, o podcast e também algo relacionado a fotografia, pois é o nosso produto final é fotografia, cujo projeto se intitula ‘importância do meio ambiente por meio da fotojornalismo’”, relata.

## **REALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES**

Com a chegada dos alunos e para início da conversa, os professores Roberto Mancuzo e Haroldo Filippi (Tato) bateram um papo com os adolescentes sobre as áreas de Jornalismo e Publicidade e Propaganda.

“Nós discutimos sobre a Comunicação de uma maneira geral e situação do cenário atual em que ela está inserida, mostrando a eles a importância de haver sempre profissionais especializados e preparados para lidar com essa grande quantidade de informações que existe disponível para todos”, relata Mancuzo.

Logo após a palestra, os alunos foram divididos em duas turmas.

Uma acompanhou o professor Tato até um dos Laboratórios de Informática para participarem de uma oficina de criação e photoshop, enquanto a outra participou de uma oficina de podcast no Laboratório de Rádio, junto com o professor Mancuzo e as facoppianas representantes do grupo Manas, Rayeni Emerich e Taylane Fernandes.

Segundo Taylane, foi apresentado aos alunos toda a estrutura e funcionamento do laboratório de rádio e explicado o que é o podcast, as diferenças entre ele e o rádio e a importância de criar conteúdos bem apurados e relevantes para sociedade.

“Eles produziram também um podcast sobre os trabalhos feitos por eles nos encontros do projeto de educomunicação, que está sendo realizado pelo nosso colega de classe, Lucas Cardozo”, comenta.

Mancuzo conta que para alguns alunos foi uma novidade a questão da produção, pois já conheciam o podcast. “Isso foi muito bom, porque acaba despertando novas ideias e atitudes, não só saber que existe o podcast ou um trabalho de criação, mas também colocar a mão na massa, fazer mudar, poder gravar, isso tudo foi novo para eles.”

Já na oficina de criação e photoshop, o professor Tato relata que os alunos sabiam o que era a publicidade, mas não tinham noção exatamente do que o curso aborda. “De certa forma eles ficam na cabeça que é só anúncio de televisão, materiais mais simples, como cartão de visita, entre outros”.



Ele contou para os adolescentes a história da Publicidade e Propaganda, o que ela faz e dando espaço também para uma introdução sobre agências de publicidade, o que ela pratica e em quais situações é preciso o serviço dela.

Após as trocas das turmas e participação nas duas oficinas, todos se reuniram novamente no Laboratório de Fotografia e Mancuzo e Tato fizeram uma breve apresentação sobre a questão da fotografia no meio ambiente.

## **FEEDBACK POSITIVO**

Segundo Fabiana, os seus alunos disseram que foram “experiências únicas” e voltaram cheios de ideias para os seus projetos e agradeceram por proporcionar a viagem e essas oficinas.

“Teve até uma aluna que disse no podcast, que muitas vezes a escola se torna chata, sempre a mesma coisa e eu sempre levo coisas diferentes e essa superou todas”.

Já Tato comenta que as atividades realizadas foram muito boas, pois os alunos deram abertura para que ele e Mancuzo abordassem bem sobre a comunicação. “É um assunto muito curioso, eles estavam o tempo todo prestando atenção, questionando, tirando dúvidas, e isso é sinal de que conseguimos despertar o interesse, mesmo que não signifique que eles possam virar comunicólogos”.

Para Mancuzo é sempre muito bom falar não só para adolescentes, mas também para a sociedade o quanto que há de bastidores em toda produção midiática, pois muitas pessoas têm uma ideia equivocada de que Jornalismo e Publicidade são feitos sozinhos.

“Numa época em que muita gente tem tentado desvalorizar a nossa profissão, a área de comunicação como um todo, nós temos que, realmente, levantar essa voz e fazer essas campanhas. O Jornalismo e a Publicidade são fundamentais no espaço democrático e a gente sempre precisa lutar por isso”, finaliza.

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/alunos-de-sandovalina-visitam-a-facopp-e-participam-de-oficinas-praticas/>

## PÉROLAS NEGRAS

**Estudante de Jornalismo cria oficina de fotografia para enaltecer o movimento feminino negro**

25/10/2019

**Mariane Pracânica**, especial para o Portal Facopp

**Colaborou:** Sidnéia Lins



Racismo e bem-estar da mulher negra são os principais assuntos discutidos na oficina (Foto: Sidnéia Lins)

Com o objetivo de exaltar a beleza e autoestima da mulher negra, a facoppiana Beatriz Duarte criou uma oficina de fotografia totalmente voltada para as meninas afro-brasileiras. Nessas aulas estão sendo tratadas questões de autoestima e de como a mulher negra é representada na mídia, no intuito de levar referências e ampliar a visão de mundo dessas mulheres de forma prática.

O projeto “Oficina de Fotografia Pérolas Negras” surgiu a partir de uma proposta de trabalho da professora Thaisa Bacco na disciplina de Comunicação e Educação, onde os alunos deveriam aplicar o conteúdo aprendido em sala de aula para a comunidade e poderiam trabalhar temas livres no qual se identificassem.

Foi então que Beatriz decidiu falar com mulheres como ela, que enfrentam as mesmas situações que a jovem enfrenta no dia a dia, debatendo o racismo e o empoderamento feminino negro. “A mulher negra cresce numa sociedade que diz a

todo tempo que ela não é boa o suficiente, que não é válida o suficiente e, por isso, não tem a autoestima fortalecida. Ela demora muito mais para desenvolver esse quesito na vida do que uma mulher branca.”

No primeiro encontro, que ocorreu na terça-feira (22/11), a estudante apresentou conteúdo teórico abordando a conscientização sobre o racismo. Para isso, ela usou como referências pessoas que estudam e defendem o assunto como as influenciadoras digitais Nataly Néri, Gabi de Pretas e Luci Gonçalves. Também mostrou exemplos de mulheres empoderadas como a cantora Iza, as atrizes Taís Araújo e Viola Davis e a ex-primeira dama dos Estados Unidos, Michele Obama.

Nos próximos encontros, as participantes vão aprender técnicas básicas de fotografia e linguagem fotográfica. Ao final da oficina será produzido um ensaio com cada uma delas, onde aplicarão as técnicas aprendidas fotografando umas às outras. As fotos farão parte de uma exposição criada pelo próprio projeto com o título “Nuances – A Descoberta do Eu”.

Segundo Beatriz, o trabalho desenvolvido com as participantes tem o intuito de mostrar que elas podem contar a verdade de cada uma por meio da fotografia.” “Quero fazer com que todas saiam de lá entendendo que tudo bem serem elas, que tudo bem serem quem quiserem ser. De cabelo cacheado, de cabelo crespo, de cabelo liso, de qualquer forma. E entender que as imagens que passam nas redes sociais e em qualquer lugar da vida, dizem muito sobre elas.”

Como a estudante não conhece muitas pessoas negras em Presidente Prudente, ela contou com a ajuda da professora Édima Matos, que é responsável pela parte de pesquisa e extensão do curso de Medicina da Unoeste e está envolvida em projetos de saúde da mulher afro-brasileira.

Uma das participantes alcançadas pelo convite da professora é a maquiadora Josiane Laleska dos Santos, que já realiza um trabalho com empoderamento feminino negro. Ela criou o “Grupo das Pretas” e faz um desfile de moda todos os anos com as meninas. Segundo Josiane, a oficina vai ajudá-la tanto com o conteúdo quanto com as técnicas de fotografia. “Cada dia estou procurando me aprofundar mais, mas o meu foco é empoderamento da mulher negra. A gente precisa do nosso espaço!”

Beatriz diz que sua expectativa é ao menos plantar uma semente no coração de cada integrante da oficina. “Eu espero que possa transformar nem que seja 1% o coraçãozinho de cada menina. Que elas possam se enxergar da melhor forma, na melhor versão e, se acontecer isso com uma menina que participou, pra mim já tá de bom tamanho!”

Para quem quiser participar do projeto ainda dá tempo. É só entrar em contato com a Beatriz pelo WhatsApp (14) 99803-7581. Os encontros acontecem toda terça-feira, as 19h30 no laboratório de fotografia da Facopp.

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/estudante-de-jornalismo-cria-oficina-de-fotografia-para-enaltecer-o-movimento-feminino-negro/>

## INTERDISCIPLINARIDADE

**Aluna de Jornalismo se une à irmã, de Direito, e apresenta Constituição para crianças**

12/11/2019

**Mariane Pracânica e Melyssa Santos**, especial para o Portal Facopp

**Colaborou:** Larissa Biassoti



Irmãs Biassoti, ao centro, com os alunos que participaram do projeto (Foto: Cedida)

Entender a Constituição Federal não é tarefa fácil para quem não é da área de Direito. Mas fazer crianças entenderem os princípios deste documento tão importante para o Brasil, é um desafio ainda maior. E foi pela vontade de vencer mais um obstáculo antes da formatura e ainda realizar o sonho de produzir ciência junto à sua irmã gêmea, que a aluna do último termo de Jornalismo da Facopp, Larissa Biassoti, resolveu focar seu projeto da disciplina de Comunicação e Educação, ministrada pela professora Thaisa Bacco.

Larissa aproveitou a liberdade que a disciplina oferece e desenvolveu seu projeto junto com sua irmã, Letícia Biassoti, aluna do curso de Direito da Unoeste. Como possuíam o desejo de trabalhar juntas, uniram seus conhecimentos e desenvolveram um projeto científico que tinha como objetivo ensinar crianças sobre a Constituição Federal, refletindo na produção de conteúdo por meio do audiovisual como resultado.

Por se tratar de um conteúdo complicado, antes de iniciarem na sala de aula do 8º ano da escola estadual Maria Luiza Formosinho Ribeiro, onde aplicaram o projeto, montaram uma cartilha com uma linguagem infantil, para que os alunos pudessem compreender o assunto abordado.

O processo de aprendizagem não ficou apenas na sala de aula. Larissa conta que além de slides e livros, utilizaram de dinâmicas com bexigas e até mesmo corrida em quadra para melhor compreensão, já que o assunto é importante, mas possui uma linguagem mais complexa para crianças.

“A Constituição Federal é uma coisa que todos precisam conhecer para entender o porquê tem esse direito, esse dever, essas limitações e obrigações. E se você aprende desde criança, entende os valores de cidadania, de respeito, enfim, todos os princípios que passamos”, explica Larissa.

Apesar de a aplicação em sala ter sido iniciada quatro meses atrás, Larissa e Letícia estão há mais de um ano desenvolvendo o projeto, que resultou no “Festival de Curtas-Metragens: Plenário da Câmara”, onde foram apresentados os curtas produzidos pelos alunos na última sexta-feira (08), na escola estadual.

O feedback positivo veio de todos os lados. O professor de história, Marcos Delgadinho, demonstrou entusiasmo com o projeto. “Dá orgulho de ver o fruto desses alunos produzindo junto com o projeto. É um leque de possibilidades para explorar o talento deles”.

A aluna Hevelyn França conta que o projeto foi importante para que eles aprendessem além do que conheciam. “A gente já aprende sobre a Constituição Federal, mas com o projeto aprimoramos nossos conhecimentos. Na hora de filmar foi muito legal e o que eu não sabia sobre editar vídeo, aprendi com ajuda das meninas”.

Aline dos Santos, mãe da aluna Ana Vitória, conta emocionada que a filha passou por um processo delicado de saúde e o projeto fez bem para ela. “Para ela era muito gratificante participar, eu via seus olhos brilharem. O projeto falou sobre preconceito, que era o que ela estava sentindo, e isso mexeu muito comigo”.

Os reflexos daquilo que aprenderam com o projeto não demoraram para aparecer, levando para Larissa e Letícia, a sensação de dever cumprido. “Eles não se bastaram em apenas estar aqui presentes, eles vieram ajudar a Letícia. A gente vê o que eles aprenderam em sala ser refletido na prática. Mostra cidadania, respeito ao próximo, o olhar para o outro”, relata Larissa.

Larissa finaliza dizendo que as crianças são muito participativas e cuidadosas com o que aprenderam. “Eles têm cuidado com os dois fatores: direito e audiovisual. E é muito bonito ver refletido da maneira deles, que são crianças”.

Quer conhecer os vídeos produzidos? Então acesse o link.

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/aluna-de-jornalismo-se-une-a-irma-de-direito-para-apresentar-constituicao-para-criancas/>

## FOTOGRAFIA E GASTRONOMIA

### Alunos de Fotografia realizam aula prática em restaurante pela primeira vez

**João Martins**, especial para o Portal Facopp

**Colaborou:** Alexandre Bavaresco, Felipe Piquione e Thomas Aguilera



Alunos preparam produtos antes de fotografarem (Foto: Thomas Aguilera)

Na quinta-feira da semana passada (7), os estudantes do 4º termo de Fotografia tiveram a primeira experiência de saírem dos muros da faculdade para fotografar em um restaurante.

Acompanhados do professor Thomas Aguilera, que ministra a disciplina de Fotografia de Produto, os alunos se locomoveram até o Bar Bem Brasil de Presidente Prudente para desenvolverem a atividade prática.

A escolha pelo local surgiu do contato de Thomas com o professor de Publicidade e Propaganda, Alexandre Bavaresco que trabalha na agência Ollé de Presidente Prudente, sendo solicitado alguns parceiros e clientes que estavam precisando de fotografias.

“Com isso, os alunos assinaram uma autorização e também o restaurante, por ceder o espaço e os produtos e por terem feito todos os pratos. Então por essa troca, os alunos fornecem as imagens para que a agência e o próprio restaurante utilizem as fotos como forma de divulgação nas redes sociais”, comenta Thomas.



## NA PRÁTICA

O estudante Felipe Piquione esteve presente na aula e conta que toda a turma montou os equipamentos de iluminação e se organizaram para a realização das fotos. “Conforme os garçons traziam as bebidas, porções e espetinhos, nós tirávamos as fotos. A ideia disso é a gente construir um portfólio de gastronomia e beneficiar o Bar Bem Brasil com as fotografias profissionais”.

Segundo o professor Thomas a prática foi dividida em dois grupos, mas os alunos realizaram de forma individual. “Ao todo foram 15 alunos, portanto, o restaurante preparou 15 pratos, entre bebidas, pratos quentes, drinks. Nós também levamos um casal de modelos para fazer uma composição mais humanizada. Então, os alunos fotografavam somente o prato, e em seguida, com os modelos, para que houvesse essa humanização”.

## RESULTADO DA EXPERIÊNCIA

O professor Thomas conta que desde quando começou a ministrar aulas na Facopp, sempre achou a prática muito válida, e em relação a fotografia de gastronomia, nada melhor do levar seus alunos em um ambiente do cliente.

“Os fotógrafos profissionais trabalham nos seus próprios estúdios ou na maioria das vezes, desenvolvem a produção das fotos no próprio restaurante do cliente, até mesmo por conta da facilidade da cozinha, dos chefs. Levar um alimento para o estúdio precisa ter toda uma estrutura, então geralmente, é feito isso no próprio local”.

Já para Felipe, a experiência foi bastante enriquecedora, pois conseguiu produzir um bom material sobre fotografia de produto junto com a turma sempre disposto a ajudar no que era preciso.

“Ao mesmo tempo que estávamos ali para entregar imagens de qualidade para o cliente, também podíamos errar e acertar, treinando novos olhares e melhorando a habilidade nos quesitos de fotografia (exposição, iluminação, composição)”, finaliza.

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/alunos-de-fotografia-realizam-aula-pratica-em-restaurante-pela-primeira-vez/>

## GABRIEL COSTA NETO

### Livro-reportagem escrito por alunas é lançado na Casa do Médico

Mariane Pracânica, especial para o Portal Facopp

Colaborou: Janaína Tavares



Fotos: Marlene Reverte

O tão esperado lançamento do livro “Veias que pulsam: a história de Gabriel Costa Neto” aconteceu na noite da última terça-feira, 19 de novembro, dia em que o doutor Costa Neto, como era chamado, completaria 100 anos de idade. Os sentimentos de orgulho e gratidão pairavam sobre o anfiteatro da Casa do Médico em Presidente Prudente. Lugar onde, segundo a neta dele, Carolina Costa Mancuzo, era sua segunda casa: “ele adorava esse lugar! Me casei aqui por causa dele e o velório dele também foi aqui”.

A cerimônia contou com cerca de 200 convidados entre familiares, amigos e colegas de profissão do Dr. Gabriel Costa Neto. Inicialmente foi apresentado um vídeo em que introduzia brevemente a trajetória dele. Após isso, Carolina fez um discurso emotivo frisando o desejo que ele tinha de contar sua própria história. Em seguida, as autoras apresentaram o livro falando sobre o processo de produção e escrita da obra juntamente com a orientadora do grupo, Fabiana Alves.

O livro-reportagem foi produzido a partir de um projeto de TCC das alunas Bianca Pereira, Caroline Luz, Janaína Tavares e Sandra Prata. Escrever sobre a trajetória



do doutor Costa Neto ficou sob a responsabilidade dessas meninas que sempre estiveram entre as melhores alunas da sala. Donas de um texto impecável, sempre muito dedicadas ao Jornalismo e preocupadas em contar a história das pessoas com fidelidade e respeito.

A ideia de escrever sobre um dos primeiros médicos de Presidente Prudente foi sugestão da própria Carolina, que uniu o sonho dela e do avô e o interesse do grupo em fazer um livro-reportagem. Após a sugestão, as estudantes foram pesquisar a vida dele e conhecer um pouco mais da relevância da história do doutor Costa Neto para a sociedade Prudentina.

“A Carol sabia da nossa vontade de escrever um livro, e nós nos apaixonamos pela importância que ele teve para a cidade. Desde o primeiro contato com a história dele, nós sabíamos que seria aquela história que iria dar vida ao nosso livro. Então escolhemos abraçar isso.”, conta a integrante do grupo, Sandra.

Para contar sobre a vida do ginecologista e obstetra que fez mais de cinco mil partos durante sua jornada, no total foram 22 entrevistados, entre familiares, amigos e colegas de trabalho. A produção foi feita por Bianca e Janaína e a parte da escrita ficou por conta de Caroline e Sandra. Elas colheram materiais em áudio, fotos e até recortes de jornais. Segundo as autoras, a intenção era que as fotografias do livro remetessem a um álbum de família.

Janaina contou que para produzir e estruturar a obra, o grupo teve acesso a mais de 500 documentos. E os desafios não foram poucos. “Houve todo um processo de análise documental, organização do material e revisão de bibliografia. A gente começou a escrever o livro, sempre com a orientação da professora Fabiana. Terminamos em cinco semanas.”

O livro-reportagem tem um texto literário, possui uma narrativa diferente e, segundo Carolina, neta do doutor Costa Neto, foi muito bem escrito com pontos que ela mesma se mostrou surpresa em conhecer da vida do avô. “Ele tem diálogos durante a narrativa, o que faz entrar na história como se você tivesse revivendo. Mesmo conhecendo tanto a história dele pelas conversas que nós tivemos ao longo da vida, eu conheci muito do que eu não sabia. Foi muito interessante!”

Para Sandra, além de desafiador, o trabalho foi muito especial. “O contato com as fontes sempre é o mais emocionante. Porque estamos contando uma história, né? Para isso, precisamos de memórias das pessoas e, mexer com memória, é sempre emocionante. Lembrar de momentos especiais, importantes e marcantes. Houve choro de entrevistados, risos de alegria, tudo! Relembrar uma vida é emocionante!”

No final do evento, a única irmã viva do Dr. Costa Neto recebeu uma singela homenagem das meninas. Dona América Costa Sandoval teve o privilégio de ser presenteada com o primeiro exemplar do livro juntamente com uma orquídea. Emocionada, ela demonstrava gratidão em seu olhar. “É uma ternura que eu sinto pelos filhos e por quem escreveu o livro, por perpetuar a imagem de uma pessoa assim tão especial como foi meu irmão. Eu nem sei como agradecer a Deus por esse momento!” Todas as famílias que prestigiaram o evento também puderam receber um exemplar do livro com direito a autógrafos das autoras.

Para a orientadora do grupo, Fabiana Alves, o resultado foi motivo de orgulho. Segundo ela, escrever um livro é um trabalho árduo, de grande envergadura teórica de pesquisa, entrevista, apuração, checagem e escrita. “É uma dedicação praticamente exclusiva que essas alunas tiveram para produzir esse livro. Elas passaram um ano se dedicando a isso. Chegar a um dia igual hoje e ter uma recepção tão calorosa, tão emotiva, tão afetiva, de um material que você se dedicou tanto é muito gratificante.”

O motivo de orgulho não foi só para a orientadora não. Os pais, amigos e demais familiares das, em breve jornalistas, também vibraram junto. Jandira Maria Tavares da Costa, mãe da integrante do grupo Janaina, acompanhou de perto cada momento da pesquisa da filha. “Só tenho que agradecer a Deus pela vida das quatro meninas, especialmente minha filha. Pelas lutas e vitórias.”

Carolina avaliou a noite como uma realização e sensação de dever cumprido. “Não poderia ter acontecido em um momento mais importante. A gente conseguir fazer esse lançamento no dia do aniversário de 100 anos dele e ver nos olhos das pessoas que estavam lá o orgulho de ter feito parte dessa história. Ele merecia isso!”

E se essa pessoa que vos fala também puder fazer uma avaliação da noite de ontem, ela vai dizer que foi uma noite em que a vida de um homem foi celebrada por todos que o amavam e admiravam. E que através desse livro, produzido com tanto carinho por quatro estudantes de Jornalismo apaixonadas por contar histórias, mais pessoas poderão conhecer e admirar Gabriel Costa Neto pelo legado de amor e dedicação ao próximo que ele deixou.

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/livro-reportagem-escrito-por-alunas-e-lancado-na-casa-do-medico/>

## COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO

### Alunos de Jornalismo apresentam resultados dos projetos de intervenção

Jaqueline Piva e João Martins, especial para o Portal Facopp

Colaborou: Bianca Pereira



*Alunos exibem certificados após a apresentação dos trabalhos desenvolvidos (Foto: Camila Araujo)*

Na noite de segunda-feira (18/11) foi realizado a primeira sessão do IV Colóquio de Comunicação e Educação no Auditório Jacarandá. Os alunos do 8º termo de Jornalismo do período noturno apresentaram os resultados dos seus projetos de intervenção para a turma, convidados presentes e a professora da disciplina, Thaisa Bacco.

Ao todo foram apresentados 24 trabalhos e muitas mídias foram aplicadas durante o desenvolvimento do projeto, como o blog, a fotografia, videodocumentário, a novidade introduzida neste semestre, foi o podcast.

### OS PROJETOS

Os projetos são frutos da matéria de Comunicação e Educação, onde os alunos, após aprenderem a teoria sobre Educomunicação e Midia-educação, construíram projetos de intervenção. O principal objetivo deste trabalho é transformar as

pessoas, ambientes e realidades, sendo resultado da união da comunicação e educação.

Os alunos tiveram dois meses para planejar todo o processo e executar. Nesse tempo foram determinados por eles mesmo, sobre o que tratariam, qual seria o público e a mídia escolhida. Após o final da intervenção, que foram separados em etapas e encontros, eles apresentariam os resultados ao público.

Além da parte prática onde os projetos foram executados nos locais definidos, os alunos precisaram documentar tudo o que aconteceu durante o processo de pré-produção, produção e pós-produção, conceituando as interfaces da Comunicação e Educação, o conteúdo aplicado e os resultados alcançados.

## AS APRESENTAÇÕES

A noite foi cheia de projetos motivadores e surpreendentes. Os alunos além de garantirem uma boa nota, tiveram uma surpresa, para tornar as apresentações ainda mais interessantes. Eles ganharam alguns prêmios por terem se dedicado aos trabalhos. Durante as apresentações, o público pôde votar nos três melhores projetos do Colóquio, e por fim, a professora Thaisa Bacco fez a contagem dos votos de cada um.

Neste semestre houve um acontecimento inédito, diferente das edições anteriores. três alunos empataram com 20 pontos e ficaram em segundo lugar, foram eles: Janaína Tavares, João Martins e Larissa Biassoti. A aluna Caroline Luz ficou em terceiro lugar e Beatriz Duarte foi a grande vencedora da noite, ficando em primeiro lugar.

Com projeto intitulado **“Prática educacional: o uso da oficina de fotografia como meio de resgate para a identidade de mulheres negras”**, Beatriz conta como escolheu o tema. “Veio da minha própria vivência e da vontade de falar mais sobre o assunto para o público negro onde eu sinto essa carência, onde é notada a falta dessa inclusão, e precisamos falar sobre o racismo para que ele não exista”.

A oficina tinha como objetivo fazer com que mulheres negras fossem capazes de fotografar. A ideia é que através disso elas se fotografassem com o celular, a fim de resgatar e exaltar a beleza dessas mulheres.

O projeto de educação da aluna funcionou como oficinas em encontros, no total foram três. No primeiro, ela fez uma roda de conversa para as mulheres se conhecerem e contarem suas experiências com racismo, além de apresentar a relação entre a mulher negra e a mídia. No segundo, foi passado às mulheres o conteúdo teórico sobre linguagem fotográfica. No terceiro elas foram para a parte prática, e com uma produção especial, fizeram fotos umas das outras com o auxílio da aluna.

Já os ganhadores do segundo lugar Janaína, João e Larissa, retrataram em seus trabalhos os respectivos temas: **“Leitura crítica no ensino superior: discussões educacionais sobre temas de audiovisuais on e off-line”**, **“A utilização do blog como ferramenta de formação do senso crítico para crianças e**

## **adolescentes” e “Produção audiovisual educomunicativa no ensino fundamental II como reflexo do aprendizado da Constituição Federal”.**

Para Janaína, que usou a série *The Handmaid's Tale* como start da discussão, o projeto possibilitou que ela pudesse fazer e falar sobre o que ela gosta. A série discute temas dos dias atuais como estupro, violência contra a mulher, perda de identidade, entre outros. O objetivo do projeto era fazer com que os participantes criassem senso crítico para esses debates, se encaixando com a teoria, educomunicação.

### **RESULTADOS**

A professora Thaisa Bacco, conta sobre sua avaliação em relação aos trabalhos. “As apresentações surpreendem pela diversidade dos trabalhos, público-alvo, temas, mídias utilizadas e resultados apontados, isso foi o principal”.

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/formandos-de-jornalismo-apresentam-resultados-dos-projetos-de-intervencao/>

## CRIATIVIDADE

### Alunos de Fotografia realizam exposição para disciplina de História da Arte

**João Martins e Mariane Pracânica**, especial para o Portal Facopp

**Colaborou:** Vitória Brasil e Vinícius Ishibashi



O professor Everton Tomiazzi realiza a mostra todo ano na disciplina de História da Arte II (Foto: Mariane Pracânica)

Se você passa pelos corredores da Facopp já pôde se deparar com a 7ª mostra artística produzida pelos alunos do 2º termo de Fotografia. Para entender melhor do que se trata, o Colabora! conversou com os responsáveis pela realização deste trabalho, que diga-se de passagem, ficou bastante criativo.

A exibição refere-se a um trabalho de encerramento do semestre da disciplina de História da Arte II, ministrada pelo professor Everton Tomiazzi. Segundo ele, as imagens promovem o diálogo entre os movimentos artísticos estudados em sala de aula, que são: surrealismo, concretismo, pop art, op art, arte naif e instalação.

“Cada aluno escolheu um tipo de arte que mais lhe chamou a atenção e a partir disso produziu cinco fotos, elencando as características do movimento escolhido. No total, 30 fotografias foram expostas”, explica.

## PROCESSO DE PRODUÇÃO

A aluna Vitória Brasil, se identificou com os movimentos surrealista e pop art, porém, optou por fazer apenas sobre o surrealismo por conta de seu processo criativo. “Eu queria fazer autorretratos que representassem a minha vida, o que eu enfrentei desde criança até agora”. Não é à toa que os títulos das fotos escolhidos pela jovem foram: “*Eu e a infância*”, “*Eu e a ansiedade*”, “*Eu e a depressão*”, “*Eu e o amor próprio*” e “*Eu e...?*”

Para produzir as imagens, a estudante que já trabalha como fotógrafa, se inspirou em artistas de surrealismo pop, como Nicoletta Ceccoli e Mab Graves. Ela conta que tirou autorretratos e também escolheu uma foto de quando era criança. A partir disso, fez as montagens de acordo com a temática escolhida. Foram várias semanas de discussões sobre as temáticas e as propostas de realização das produções fotográficas durante as aulas.

Everton afirma, que nada melhor do que a prática para fixar o conhecimento adquirido em sala de aula. “O saber fazer e colocar a ‘mão na massa’ é muito mais importante do que apenas ficar alojado na teoria. A vivência é sempre mais prazerosa.

## FEEDBACK POSITIVO

Com os resultados das produções de cada aluno e a exposição fotográfica sendo realizada, o professor avalia este trabalho como muito satisfatório. “Os estudantes que tomaram para si a participação e o envolvimento na proposta discutida durante o bimestre, isso me contagiou e superou as minhas expectativas. Pude perceber que a Facopp tem alunos muito criativos e determinados.”

Vitória diz que está recebendo ótimos feedbacks com a exposição, tanto que as pessoas na faculdade pedem para que ela conte a história e o conceito por trás das imagens. “Muitos se sentiram representados nas fotos que mostram questões psicológicas. Então, se tocou alguém, para mim já valeu a pena.” Além da exposição, é possível conferir o trabalho feito pela estudante em seu perfil profissional, @vitbrasil.

A exposição ficará na Facopp até o dia 3 de dezembro. Então ainda dá tempo de prestigiar os coleguinhas e admirar esse trabalho incrível que cada aluno de Fotografia produziu.

Disponível em: <http://facopp.unoeste.br/facopp/alunos-de-fotografia-realizam-exposicao-para-disciplina-de-historia-da-arte/>

**APÊNDICE B**  
**TERMOS DE SERVIÇO**



## **Termos de Serviço “Colabora!”**

Estes Termos de Serviços regem seu uso do “Colabora!” e fornecem informações sobre o serviço, descritas abaixo. Quando você cria uma conta do ou usa o “Colabora!”, concorda com estes termos.

### **O Serviço “Colabora!”**

Concordamos em fornecer a você o Serviço do “Colabora!”. O Serviço inclui todos os produtos, recursos, aplicativos, serviços, tecnologias e software que fornecemos para promover a missão do “Colabora!”, fortalecer a produção e divulgação de conteúdo jornalístico de qualidade. O Serviço é composto pelos seguintes aspectos:

- Oferecer oportunidades de produzir conteúdo, conectar, comunicar, descobrir e compartilhar.
- Promover um ambiente seguro, inclusivo e positivo.
- Pesquisa e inovação.

### **A Política de Dados**

Fornecer conteúdo jornalístico com veracidade e qualidade é o foco do nosso serviço, por isso é exigido a coleta e o uso de suas informações. Ao compartilhar seu conteúdo em nosso serviço você se torna uma fonte para consulta e checagem de informação.

### **Seus Compromissos**

Em troca de nosso compromisso em fornecer o Serviço, exigimos que você se comprometa com o exposto a seguir:

- Você não pode estar proibido de receber qualquer parte de nosso Serviço de acordo com a legislação aplicável, nem se envolver em pagamentos relativos ao Serviço se você estiver em uma lista aplicável de terceiros não autorizados.
- Sua conta não pode ter sido desativada por nós por violação da lei ou de qualquer uma de nossas políticas.
- Você não pode se passar por outras pessoas ou fornecer informações imprecisas.
- Não se envolva em qualquer atividade, poste qualquer Conteúdo de Usuário, nem registre e/ou use nome de usuário, que seja ou inclua material:
  1. ofensivo, abusivo, difamatório, pornográfico, ameaçador ou obsceno;
  2. ilegal, ou que se destine a promover ou cometer ato ilegal de qualquer natureza, incluindo as violações de direitos de propriedade intelectual, direitos de privacidade ou direitos de propriedade do “Colabora!”;

3. contendo a sua senha ou que, propositalmente, contenha a senha de qualquer outro usuário ou que, propositalmente, inclua dados pessoais de terceiros ou destine-se a solicitar tais dados pessoais;

4. que inclua conteúdo malicioso, como, vírus, cavalos de Troia ou malware, ou que de qualquer forma interfira no acesso de qualquer usuário ao Serviço;

5. destinado a assediar ou abusar de outros usuários;

6. que personifique ou deturpe sua afiliação com outro usuário, pessoa ou entidade ou que seja fraudulento, falso, enganoso ou falacioso;

7. que envolva a transmissão de correspondências em massa não solicitadas ou outras formas de spam ("spam"), lixo eletrônico, cartas em cadeia, ou semelhantes;

8. que envolva atividades comerciais ou de vendas, como publicidade, promoções, concursos, sorteios ou esquemas de pirâmide, que não são expressamente autorizadas pelo "Colabora!";

9. que faça link ou referências a ou que de qualquer forma promova produtos ou serviços comerciais, exceto quando expressamente autorizado pelo "Colabora!";

10. que interfira no ou de qualquer forma interrompa o Serviço "Colabora!", manipule, viole ou tente sondar, varrer ou testar a vulnerabilidade do Serviço ou dos sistemas de computador, rede e regras de uso do "Colabora!", ou qualquer componente de segurança do mesmo; medidas de autenticação ou quaisquer outras medidas de proteção aplicáveis ao Serviço, ao Conteúdo ou a qualquer parte dos mesmos;

- Você não pode violar (ou ajudar ou incentivar outras pessoas a violar) estes Termos ou nossas políticas;

- Você não pode publicar informações particulares ou confidenciais nem fazer algo que viole os direitos de terceiros, inclusive direitos de propriedade intelectual.

- Você pode e deve denunciar conteúdo que você considera violar seus direitos de propriedade intelectual, inclusive, que viole estes Termos;

- Você nos concede permissão para mostrar seu nome de usuário, foto do perfil e informações sobre suas ações;

- Você concorda que podemos baixar e instalar atualizações do Serviço em seu dispositivo.

### **Remoção de conteúdo e desativação ou encerramento de sua conta**

Podemos remover qualquer conteúdo ou informação compartilhada por você no Serviço se acreditarmos que tal conteúdo viola estes Termos de Uso, nossas políticas ou quando estivermos autorizados ou obrigados por lei a assim proceder. Podemos nos recusar a fornecer ou deixar de fornecer todo ou parte do Serviço para

you (including closing or deactivating your account) immediately, to protect our services or our community, or if you create risk or legal exposure for us, violate these Terms of Use or our policies, violate repeatedly the rights of intellectual property of other people or when we are authorized or required by law to do so. If we take measures to deactivate or close your account, you will be notified when appropriate.

### **Atualização destes Termos**

We can change our Service and our policies, and we may need to change these Terms so that they accurately reflect our Service and our policies. Except when required by law, you will be notified (for example, by email or through our Service) before we change these Terms and you will have the opportunity to review them before they take effect. If you continue to use the Service, you will be bound by the updated Terms. If you do not agree with these or any other updated Terms, you may delete your account.