



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE - ICA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO

LAIS DE OLIVEIRA SILVA

JANELA: EDUCAÇÃO PARA JORNALISMO

FORTALEZA

2022

LAIS DE OLIVEIRA SILVA

JANELA: EDUCAÇÃO PARA JORNALISMO

Relatório de elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Rafael Rodrigues da Costa

Aprovada em: _____ / _____ / _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Rafael Rodrigues da Costa (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof.a Dr.a Rosane da Silva Nunes
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Daniela Fernandes Machado
Universidade de Rhode Island (especialista)

Aos meus pais, Francisco e Valdenise.
Aos jornalistas do Ceará.

AGRADECIMENTOS

Ninguém faz nada sozinho. Se cheguei ao fim desta graduação foi graças a uma rede de pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para que esse caminho fosse possível. Essa conquista é compartilhada com cada uma delas.

Agradeço, primeiramente, a Deus, que até aqui me ajudou. Aos meus pais, Francisco e Valdenise, que me ensinaram a olhar com gentileza para as pessoas e com inquietude para o mundo. Que me incentivaram a valorizar a educação e, sobretudo, a não tirar os olhos do que realmente importa.

Agradeço às minhas irmãs, Brenda, Graziela e Larissa, por serem pilares de força para mim. Em especial agradeço à Larissa, pela paciência com a bagunça de sempre na mesa do computador, com todas as louças que eu deixei acumular na pia nos últimos meses e com a luz do quarto acesa até tarde da noite. Prometo compensar tudo.

Aos amigos que a UFC me trouxe: Bia Rabelo, Janu Melo, Lucas Falconery e Francisco Félix. Essa graduação teria sido muito menos divertida e muito mais difícil se não tivesse vocês para compartilhar a rotina, dividir os problemas e comemorar as conquistas. Agradeço também aos professores que marcaram positivamente essa trajetória acadêmica: Rafael Rodrigues, Gabriela Ramos, Marcelo Monteiro, Kamila Fernandes e Ricardo Jorge.

Especialmente ao Rafael, meu orientador, pelos incentivos para que este projeto se tornasse realidade, pelo olhar sempre minucioso e crítico e pelo apoio para encontrar as melhores soluções e alternativas neste percurso. Sem sua ajuda, o **Janela** certamente não seria o mesmo.

Ao jornal O POVO, por dois anos de experiência como repórter estagiária que foram fundamentais para minha formação profissional. Tenho orgulho de dizer que aprendi a ser repórter com profissionais que são referências para mim. Sou enormemente grata aos meus editores durante o estágio: Juliana Matos Brito, Sara Oliveira e Érico Firmo. Obrigada pelas pautas desafiadoras — que nem eu acreditava ser capaz de fazer —, pela paciência e pela disponibilidade em ouvir e conversar sempre que precisei. Agradeço também aos jornalistas Plínio Bortolotti e Daniela Nogueira pelo acompanhamento e suporte essenciais no programa Novos Talentos, minha porta de entrada para o jornal.

Não poderia deixar de agradecer aos meus colegas de estágio da equipe da manhã: Manu, Júlia, Gabi, Marília, Ismia e Léo. No começo de 2020, quando o

coronavírus colocou o mundo de ponta cabeça, vocês fizeram o *home office* ser incrivelmente leve. Obrigada pelo apoio com pautas, fontes e por compartilharem os dilemas do dia a dia. Aprendi muito com vocês.

Registro aqui também minha gratidão ao Ministério Público Federal (MPF), onde tive a oportunidade de ser estagiária na assessoria de comunicação. Agradeço a Wanderson César e a Raquel Maia, meus supervisores, pelo acolhimento e pelas orientações durante esses meses.

Preciso agradecer também à equipe competente que ajudou a tirar o **Janela** do papel: Alfredo Lemos e Nicolas Barbosa, representando a Container Digital Jr., empresa júnior do curso de Sistemas e Mídias Digitais da UFC, Lucas Silva, desenvolvedor web, e Gabriel Lopes, editor de vídeo e *motion designer*. Obrigada por compreenderem os aperreios, por contribuírem com melhorias e sugestões e por acreditarem neste projeto.

Sou grata ainda ao Programa de Educação Tutorial da Comunicação Social da UFC (PETCom), ao Grupo de Práticas e Estudos em Jornalismo Audiovisual (Gruppe) e ao Midiando, projetos que me mostraram por que a universidade precisa se aproximar mais das pessoas. Tenho convicção que nossa formação como comunicadores só é plenamente completa e significativa quando conseguimos construir e somar com quem está fora dos espaços acadêmicos.

Finalmente, deixo minha gratidão aqui aos jornalistas, fotojornalistas e profissionais da imprensa em geral ouvidos para o **Janela**. Agradeço também aqueles que não foram entrevistados, mas trabalham diariamente com informação de qualidade, a despeito de todas as intempéries do ofício. Como bem define Gabriel García Márquez: “Ninguém que não tenha nascido para isso e esteja disposto a viver só para isso poderia persistir numa profissão tão incompreensível e voraz”.

RESUMO

Considerando o letramento midiático (LIVINGSTONE, 2004) como uma das habilidades fundamentais para tomada de decisões em uma sociedade midiaticizada e redacional, o Janela: educação para jornalismo é um projeto de formato multimídia (SALAVERRÍA, 2014) e transmídia (MARTINS;LONGHI, 2015) com foco no letramento jornalístico. Composto por um site e um perfil no Instagram, o projeto é direcionado ao público jovem (15 a 18 anos) e propõe um percurso educativo, interativo e imersivo por aspectos fundamentais do jornalismo: Pauta, Apuração, Edição e Profissão. O objetivo é colaborar para capacitar o público a reconhecer padrões de qualidade no jornalismo e a valorizar o trabalho da imprensa. O site possui Blog, Glossário e Mapas mentais. Foram entrevistados jornalistas, fotojornalistas e pesquisadores do Ceará e de outros estados, além de pessoas da sociedade civil. As entrevistas ocorreram de forma remota via Google Meet, e-mail, telefone e WhatsApp, entre 2021 e 2022. Também foram utilizadas estratégias de gamificação (ALVES, MINHO E DINIZ, 2014) no intuito de criar um maior engajamento no percurso educativo. Recursos digitais que compõem o site foram elaborados por meio de plataformas gratuitas, como o Genially. O projeto tem pretensão de continuar sendo atualizado e, posteriormente, realizar atividades de caráter extensionista.

Palavras-chave: letramento jornalístico; educação midiática; jornalismo.

ABSTRACT

Considering media literacy (LIVINGSTONE, 2004) as one of the fundamental skills for decision making in a media and newsroom society, the Janela: education for journalism is a multimedia (SALAVERRÍA, 2014) and transmedia (MARTINS;LONGHI, 2015) project focused on journalism literacy. Composed of a website and an Instagram profile, the project is aimed at a young audience (15 to 18 years old) and proposes an educational, interactive, and immersive journey through fundamental aspects of journalism: Report, Research, Edition, and Profession. The goal is to help train the public to recognize quality standards in journalism and to value the work of the press. The site has a Blog, a Glossary, and mind maps. Journalists, photojournalists and researchers from Ceará and other states were interviewed, as well as people from civil society. The interviews took place remotely via Google Meet, e-mail, telephone, and WhatsApp, between 2021 and 2022. Gamification strategies were also used (ALVES, MINHO, and DINIZ, 2014) in order to create greater engagement in the educational path. Digital resources that make up the site were developed through free platforms, such as Genially. The project intends to continue being updated and, subsequently, to carry out extensionist activities.

Keywords: journalism literacy; media literacy; journalism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Referências de logo do Núcleo Jornalismo.....	20
Figura 2 - Referências de logo do Nexo.....	20
Figura 3 - Primeira proposta de logo do projeto.....	21
Figura 4 - Paleta de cores escolhida para o Janela.....	22
Figura 5 - Logomarca final do Janela.....	23
Figura 6 - Tipografias utilizadas no Janela.....	24
Figura 7 - Recurso do Módulo 2 que tenta simular um dia de apuração.....	30
Figura 8 - Post do quadro “Diário de Repórter” no Instagram.....	35

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Objetivos	11
2	REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1	Pós-verdade e crise de confiança	12
2.2	Jornalismo e educação	13
2.3	Educomunicação, letramento midiático e mídia-educação	14
3	METODOLOGIA	18
3.1	Linha editorial	18
3.2	Identidade visual	19
3.3	Pautas e pré-produção	24
3.4	Produção e pós-produção	28
3.5	Site e Instagram	31
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	37

1 INTRODUÇÃO

Nunca tivemos tanto acesso à informação e, ao mesmo tempo, nunca estivemos tão vulneráveis à desinformação como na atualidade. As plataformas digitais e a internet descentralizaram a produção, a propagação e a recepção de informações. Nesse emaranhado de conteúdos, distinguir o que é notícia e o que é conteúdo falso nem sempre é simples.

É necessário compreender que as formas de ler o mundo mudaram. O leitor no século XXI é desafiado a interpretar a informação em linguagens cada vez mais complexas e híbridas. Memes, *deep fakes* e publieditoriais são exemplos de linguagem cada vez mais comuns que se revezam com as notícias nas *timelines* das redes sociais. Um relatório da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), com dados de 2018, dá uma mostra dos desafios que estão pela frente: 67% dos estudantes de 15 anos do Brasil não sabem diferenciar fatos de opiniões¹.

Acrescente a esse cenário o contexto de pós-verdade, em que as opiniões pessoais se sobrepõem aos fatos, no qual a credibilidade do jornalismo é paulatinamente questionada, enquanto a procura por informações que reforcem valores pessoais é priorizada. A figura do jornalista como o *gatekeeper*, o “guardião dos portões” da informação, que seleciona notícias, não tem mais o mesmo peso. Por isso, é necessário capacitar as pessoas a se tornarem melhores curadores de conteúdo, a fazerem escolhas mais responsáveis, críticas e cidadãs em uma sociedade midiaticizada (HJARVARD, 2012) e redacional (DEUZE; WITSCHGE, 2016), na qual o público participa, produzindo e compartilhando informação.

A partir disso, emerge a urgência do letramento midiático, caracterizado pelo conjunto de habilidades necessárias para acessar, analisar e produzir em diferentes linguagens possíveis na atualidade, segundo Sonia Livingstone (2004). Nesse sentido, ter acesso aos procedimentos básicos de jornalismo colabora para desenvolver habilidades críticas em relação ao consumo de mídia. Além disso, conhecer quais os processos por trás da prática jornalística, compreendê-la e reconhecer sua importância, se torna fundamental para reforçar a confiança no jornalismo de qualidade, pautado em princípios éticos e profissionais.

¹ Relatório "Leitores do século 21: Desenvolvendo habilidades de alfabetização em um mundo digital" (*21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World*, no original), da OCDE: Disponível em: <https://www.oecd-ilibrary.org/education/21st-century-readers_a83d84cb-en.jsessionid=73wTanft-x7_V3Ih2msID2hq.ip-10-240-5-96>. Acesso em 28 jan. 2022.

Uma pesquisa da agência de checagem Aos Fatos, de 2018², sugere que o público está interessado nesta abertura. O levantamento questionou a 805 participantes sobre quais características podem levantar dúvidas sobre a veracidade de uma notícia e a resposta mais frequente foi “falta de citações para fontes ou referências” (42,5%). Em segundo lugar, a resposta mais recorrente foi “o jornalista não explicou como chegou a tal informação” (29,8%).

Está evidente, portanto, que o jornalismo pouco se explica e ainda acontece de maneira muito fechada em si mesmo. Em contrapartida, está na essência do jornalismo a prerrogativa da didática, da explicação, da tradução do mundo, — com recortes, vieses e interferências —, para as pessoas. Por isso mesmo, acredito que há na educação para jornalismo um caráter de letramento midiático que precisa ser aproveitado.

Na própria Base Nacional Comum Curricular (BNCC)³, existe o campo jornalístico-midiático diretamente relacionado à área de Linguagens, abrangendo o desenvolvimento de habilidades ligadas à compreensão das etapas de produção jornalística, passando pela identificação de gêneros jornalísticos até discussão de ética jornalística.

Nesse sentido, o “**Janela: educação para jornalismo**” se apresenta como uma iniciativa de letramento jornalístico no formato de um projeto multimídia e transmídia constituído por um site e um perfil no Instagram. O projeto tem como público alvo jovens de 15 a 18 anos e apresenta os processos de produção do jornalismo, destrinchando em um percurso compreensível as práticas que guiam o fazer jornalístico, evidenciando, assim, a relevância do trabalho da imprensa profissional.

Para isso, foram entrevistados repórteres, editores, fotojornalistas e outros profissionais da imprensa no Ceará para explicar como acontece o jornalismo desde a pauta até a publicação das matérias. Também ouvimos pesquisadores cearenses e de outros estados do Brasil para didatizar conceitos-chaves da atividade jornalística. Além disso, foram utilizados recursos digitais produzidos em plataformas gratuitas. O site se propõe a ser periodicamente atualizado e colaborativo e tem a intenção de, posteriormente, funcionar como ferramentas para realização de atividades

² Disponível em:

<https://static.aosfatos.org/media/cke_uploads/2018/03/01/relatorio-de-resultados-pesquisa-aos-fatos.pdf> Acesso em 28 jan. 2022.

³ Disponível em: <<https://www.consed.org.br/storage/download/5d84eb99600ae.pdf>> Acesso em 28 jan. 2022.

extensionistas.

1.1 Objetivos

Objetivo Geral

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) visa criar um projeto transmídia com foco no letramento jornalístico a partir de um site multimídia e de um perfil na rede social Instagram. O site é constituído por quatro módulos de conteúdos, segmentados em lições, que passam por aspectos fundamentais do jornalismo: Pauta, Apuração, Edição e Profissão, a partir de entrevistas com jornalistas, fotojornalistas, pesquisadores e outros profissionais da imprensa.

Objetivos Específicos

- Apresentar no site um percurso formativo compreensível e interativo sobre o jornalismo;
- Manter no site o Blog e o Glossário como seções colaborativas e atualizáveis;
- Criar produtos independentes para o Instagram e atrair o público para o site a partir da rede social;
- Evidenciar a relevância social do trabalho jornalístico profissional.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O **Janela** é um site jornalístico, mas também educativo em essência. Desse modo, como fundamentação teórica para este trabalho, consideramos pertinente começar abordando o contexto da pós-verdade e as consequências para o jornalismo, seguindo para as intersecções entre jornalismo e educação para então discorrer sobre conceitos como educomunicação, mídia-educação e letramento midiático, que orientam a concepção do projeto.

2.1 Pós-verdade e crise de confiança

Escolhida como palavra do ano pela Oxford Dictionaries em 2016, a expressão “pós-verdade” é relativa a ou denota “circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes em formar a opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal”. Nessa perspectiva, enquanto as convicções pessoais ganham mais espaço, as instituições vão progressivamente perdendo credibilidade perante as pessoas. Segundo destaca Silvio Genesini (2018), “em um mundo já fortemente polarizado, o ‘efeito rede’ potencializa a intolerância, a impaciência e o ódio. Escutamos só o que que queremos e o que reforça os nossos preconceitos” (p.54-55).

Nesse cenário, existe uma crise de confiança generalizada nas instituições. Do ponto de vista sociológico, a revolução informacional e a transição da modernidade deixaram evidentes que “as instituições que até então pareciam ser detentoras de uma verdade universal e total”, como a mídia, a Igreja e o Estado, “são representantes de apenas uma parte da realidade” (RIPOL; MATTOS, 2020, p. 103).

Em 2020, enquanto jornalistas se desdobravam na cobertura da pandemia de Covid-19, a credibilidade global nas instituições sociais, a imprensa inclusa, recuou, de acordo com a pesquisa Edelman Trust Barometer 2021. O levantamento foi realizado pela agência de comunicação homônima em 27 países, incluindo o Brasil. No território brasileiro, houve um avanço de quatro pontos percentuais na credibilidade da mídia, mas o indicador segue num nível baixo de 48%. O levantamento ainda mostrou que 65% brasileiros concordam com a afirmação de que “jornalistas e repórteres tentam enganar as pessoas de propósito dizendo coisas que sabem ser falsas ou grosseiramente exageradas”.

Essa situação de desconfiança também se reflete na violência contra

profissionais da imprensa. Segundo o Relatório da Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa 2021⁴, publicado pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), em 2021, foram 430 casos do tipo, dois a mais que os registros de 2020. Censura (140 casos) e descredibilização da imprensa (131 casos) dominam o ranking, que tem o presidente Jair Bolsonaro como o principal responsável pelos ataques.

Outro fator que complexifica esse contexto é o processo de difusão de informação falsa ou distorcida. Conforme analisa o professor e jornalista Charlie Beckett (2017), é possível extrair uma oportunidade em potencial decorrente da crise instaurada pela desinformação. Para ele, o fenômeno das “fake news” dá ao jornalismo tradicional de qualidade “a oportunidade de mostrar que tem valor baseado em expertise, ética, engajamento e experiência”.

Além disso, o cenário alertaria para a necessidade de “ser mais transparente, relevante, e para agregar valor à vida das pessoas” (BECKETT, 2017, tradução minha). Ele menciona ainda a abertura para o desenvolvimento de um novo modelo de negócios de verificação de fatos, a exemplo das agências de checagem.

O *fact-checking* pode ser considerado essa resposta mais imediata e urgente ao problema da desinformação. No entanto, pensando a longo prazo e numa perspectiva mais abrangente, não basta apenas distinguir informações verdadeiras de falsas. É preciso investir na capacitação de uma audiência capaz de ler, interpretar e criar em múltiplas plataformas de modo a exercitar sua cidadania de maneira plena. Feita essa contextualização inicial, a seguir abordamos as aproximações entre educação e jornalismo.

2.2 Jornalismo e educação

Em suas origens históricas, o jornalismo e a educação ganham força social com o capitalismo e, assim, incorporam atributos mecanicistas e tecnicistas alinhados aos interesses do mercado. As pesquisadoras Marina Lisboa Empinotti e Rita de Cássia Romeiro Paulino (2018) resgatam os primórdios de ambas as atividades dos pontos de vista histórico e epistemológico. No âmbito educacional, os primeiros espaços voltados para transmissão dos saberes na Grécia eram locais elitizados, destinados ao “ócio digno” para quem não precisava trabalhar.

⁴ Relatório da Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa 2021. Disponível em: <<https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2022/01/FENAJ-Relat%C3%B3rio-da-Viol%C3%Aancia-Contra-Jornalistas-e-Liberdade-de-Imprensa-2021.pdf>>. Acesso em 28 jan. 2022.

Sobre o jornalismo, tomando as considerações do português Jorge Pedro Sousa (2008), as autoras citam as *actas* romanas como produtos jornalísticos pioneiros. Eram publicações feitas por magistrados, escravos e funcionários públicos, copiadas e vendidas. A distribuição ocorria por meio das estradas e correios, que faziam os documentos chegarem até a elite alfabetizada.

A partir da Idade Contemporânea, com a prensa de Gutenberg, o desenvolvimento da imprensa e da educação acompanha a necessidade crescente por informação da sociedade capitalista em ascensão. Com a Revolução Francesa (1789-1799), a imprensa política ganha espaço. Surgem jornais dirigidos por envolvidos no movimento revolucionário durante a crise do absolutismo francês. Na Revolução Industrial (a partir de 1750), emerge a necessidade de mão de obra alfabetizada para atuar nas fábricas ao mesmo tempo em que a imprensa comercial de massas desponta suplantando o jornalismo partidário de nichos (EMPINOTTI; PAULINO, 2018).

Do ponto de vista epistemológico, tanto no jornalismo quanto na educação, a ênfase no conhecimento validado a partir da comprovação científica ainda é bastante presente como herança do século XVIII. Como é perceptível, as duas atividades foram, a seu modo, sendo moldadas por uma lógica verticalizada e rígida com foco no lucro.

Nesse sentido, a educomunicação se apresenta como um caminho para repensar esse modelo verticalizado de ensino e de jornalismo. Segundo Empinotti e Paulino (2018), as práticas educacionais propõem levar o jornalismo às escolas por meio de dois caminhos: interpretação crítica das informações recebidas e produção de mídia a partir das tecnologias disponíveis. Assim, as autoras defendem a aproximação como entre educação e jornalismo por meio da educomunicação como forma de propiciar à escola a “apropriação de noções, posturas e técnicas do jornalismo que diversifiquem suas ações de conservação, geração e interação de culturas” (p.61). No próximo tópico, procuramos explorar as possibilidades da educomunicação e de outros conceitos relacionados à mídia e à educação.

2.3 Educomunicação, letramento midiático e mídia-educação

Caracterizada como um campo de intersecção entre comunicação e educação, a educomunicação tem prerrogativas de participação, diálogo e autonomia, segundo ressaltam as autoras Maria Heleni da Silva e Isabel Mayara Brasil (2019). Conforme destacam, incorporando contribuições do educador brasileiro Paulo Freire, a

educomunicação pressupõe a dialogicidade, isto é, a ideia da educação como um diálogo constante, permeado por questionamentos contínuos e realizado colaborativamente a partir da interação entre os diversos agentes sociais.

Enquanto isso, o jornalista e pesquisador brasileiro Ismar de Oliveira Soares (1999) analisa em seus trabalhos que a escola “deve interagir com os campos de experiência onde hoje se processam as mudanças, mas superar a concepção instrumental dos meios e das tecnologias” (p.57). Desse modo, o autor define a educomunicação como “toda ação comunicativa no espaço educativo, realizada com o objetivo de produzir e desenvolver ecossistemas comunicativos” (p.65). Todavia, o Soares inclui como uma das materializações possíveis do campo a área da educação para a comunicação, que segundo ele, seria

constituída pelas reflexões em torno da relação entre os pólos vivos do processo de comunicação (Estudos de Recepção), assim como, no campo pedagógico, pelos programas de formação de receptores autônomos e críticos frente aos meios (“*Media Education*” ou “*Media Literacy*”) (SOARES, 1999, p.65).

As habilidades utilizadas para interpretar e criar no ambiente digital de forma ética, crítica e reflexiva estão relacionadas ao conceito de *media literacy* ou letramento midiático. A psicóloga social Sonia Livingstone (2004) define *media literacy* como “a capacidade de acessar, analisar, avaliar e criar mensagens em uma variedade de contextos” (p.3). Para a autora, essas quatro dimensões se complementam.

Cada componente apoia os outros como parte de um processo de aprendizagem não-linear e dinâmico: Aprender a criar conteúdos ajuda a analisar o que é produzido profissionalmente por outros; competências em análise e avaliação abrem as portas a novas utilizações da Internet, expandindo o acesso, e assim por diante (LIVINGSTONE, 2004, p.5, tradução minha).

Refletindo sobre o termo *media literacy*, por sua vez, o autor Luís Mauro Martino (2014) pondera que ele seria melhor traduzido como “competência midiática”, a partir das proposições de Joan Ferrés e Alejandro Piscitelli (2012). Para Martino, as expressões “educação para os meios” ou “educação para as mídias” representam uma redução dos meios de comunicação ao propósito técnico. Já a noção de competência midiática “apontaria para uma direção crítica de um ambiente midiático no qual os meios se articulam com as experiências cotidianas” (p.231).

O processo não é de educação específica para os meios, mas de educação dialógica dos sentidos, das percepções e das práticas para uma sociedade que

inclui os meios, seja em sua dimensão como tecnologia, como produtor/reprodutor de discursos ou como mediador da experiência relacional humana (MARTINO, 2014, p.232).

Propondo uma concepção mais ampla, a Alfabetização Midiática e Informacional (AMI) é sistematizada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) como uma combinação de

[...] habilidades que auxiliam no fortalecimento das capacidades críticas e de comunicação que permitem aos indivíduos utilizar as mídias e as comunicações tanto como ferramentas, quanto como uma maneira de articular processos de desenvolvimento e mudança social, aprimorando a rotina cotidiana e empoderando as pessoas para que influenciem suas próprias vidas (UNESCO, 2013, p.40).

Outro termo que também aparece nessas discussões é mídia-educação, também mencionado como educação para as mídias pela socióloga Maria Luiza Belloni (2009). Reconhecendo que o conceito está distante de uma unanimidade entre especialistas, Belloni aposta na educação para as mídias num contexto “saturado de tecnologias da informação e comunicação, como uma condição *sine qua non*⁵ para a realização de uma cidadania plena” (p.45). Ela enfatiza o aspecto da formação crítica para uma análise eficiente e responsável das mídias.

A educadora brasileira Mônica Fantin (2006) salienta que os sentidos culturais das sociedades modernas se arranjam cada vez mais a partir das mídias, que “exercem papel de grandes mediadoras entre os sujeitos e a cultura mais ampla, modificando as interações coletivas” (p.26). Além disso, conforme Stig Hjarvard (2012) acrescenta, na sociedade contemporânea midiaticizada, a mídia “não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais” (p.54). Para o autor, os meios de comunicação são parte do funcionamento de outras instituições com as quais interagem gerando modificações.

Mark Deuze e Tamara Witschge (2016), por sua vez, assinalam que hoje vivemos uma sociedade redacional, em que práticas editoriais não podem ser consideradas mais exclusivas dos jornalistas.

Nas sociedades redacionais, não é suficiente simplesmente o acesso à informação ou à produção de sentido decorrente das informações e o que eram consideradas como habilidades e competências jornalísticas são requeridas a todos os cidadãos: eles precisam saber como coletar e processar grandes quantidades de informações, pesar e peneirar as informações em

⁵ Expressão latina que pode ser traduzida como “sem a/o qual não pode ser”.

mãos, e serem capazes de fazer algo efetivo e criativo com essa informação (Gauntlett, 2011) (DEUZE; WITSCHGE, 2016, p.9-10).

Nesse contexto, a educação para o jornalismo deve ser compreendida como parte inseparável da educação para as mídias. Considerando o papel do jornalismo para a qualificação do debate público, é preciso ver a alfabetização midiática como a alternativa mais efetiva para consolidar esse propósito hoje. A assertiva é de José Manuel Pérez Tornero, no manual “Alfabetização Midiática e Informacional no Jornalismo”, publicado em 2019 pela Unesco.

Não haverá jornalismo de qualidade sem a participação de qualidade dos cidadãos na conversa pública. E para conseguir isto, habilidades e competências midiáticas e informacionais precisam ser aprimoradas e disseminadas de forma equitativa entre todos os cidadãos (UNESCO, 2019, p. 7, tradução minha)

Desse modo, é imprescindível investir na educação para jornalismo como estratégia de letramento midiático. A partir dessa prerrogativa, o **Janela** visa trabalhar para a disseminação de um letramento jornalístico, que elucide e exponha os procedimentos utilizados na rotina jornalística a fim de colaborar para capacitar jovens a fazer melhores escolhas quanto à informação, a reconhecer padrões do jornalismo de qualidade e a valorizar o jornalismo profissional. Tendo em vista o exposto até aqui, optou-se por utilizar “educação para o jornalismo” no subtítulo do projeto, principalmente, devido à compreensão mais objetiva que a expressão possibilita sobre o propósito do projeto.

3 METODOLOGIA

Como trabalho prático de jornalismo, o **Janela** segue o método jornalístico de apuração. O professor Luiz Costa Pereira Júnior (2006) define pelo menos quatro etapas básicas da investigação jornalística: elaboração da pauta, pré-produção, produção e pós-produção (PEREIRA JÚNIOR, 2006, p.78). A partir disso vamos, primeiramente, explicar as escolhas editoriais feitas para o trabalho, seguindo para o desenvolvimento da identidade visual, e depois, detalhando como se deu a apuração.

3.1 Linha editorial

A linha editorial de um veículo jornalístico pode ser entendida como “a ótica através da qual a empresa jornalística vê o mundo”, segundo considera o professor José Marques de Melo (2003, p.75 *apud* PAIXÃO, 2018, p.93). O pesquisador e jornalista Luiz Beltrão usa o termo política editorial para definir “a orientação ideológica do jornal para o qual trabalha e do público para o qual se dirige” (BELTRÃO, 2006, p.88 *apud* PAIXÃO, 2018, p.93).

Dessa forma, a linha editorial vai orientar escolhas desde pautas, fontes, apuração e hierarquização das informações. O **Janela**, como um projeto de letramento jornalístico voltado para o público jovem (15 a 18 anos), prioriza uma linguagem acessível e adota para sua linha editorial valores como transparência, pluralidade e defesa do jornalismo como pilar da democracia.

Sendo um trabalho que nasce no Ceará, foi uma escolha editorial priorizar fontes de empresas jornalísticas cearenses como forma de valorizar a produção e os profissionais locais. Cabe ressaltar ainda que, considerando os propósitos de longo prazo do **Janela** de realizar atividades extensionistas em escolas e outros espaços, é interessante aproximar o eventual público-alvo dessas atividades do conteúdo do projeto. Embora fontes locais tenham sido privilegiadas, também trazemos pesquisadores que são referências em temas mais amplos do jornalismo, como noticiabilidade, ética e mercado de trabalho.

Em relação a transparência, tomamos como referência o *The Trust Project*⁶ criado por um consórcio internacional de organizações noticiosas que colaboram para criar padrões de transparência a fim de tornar a imprensa mais confiável. O Projeto

⁶ Projeto Credibilidade — The Trust Project. Sistema de indicadores de credibilidade. Disponível em: < <https://www.credibilidade.org/indicadores> > . Acesso em: 30 jan. 2021.

Credibilidade, braço da iniciativa no Brasil, apresenta uma lista de oito indicadores de credibilidade:

- Melhores práticas (financiamento, proprietários e financiadores, missão e princípios éticos do veículo);
- Jornalista (quem escreveu a matéria, sua expertise e outras matérias que assinou);
- Tipo de matéria (etiqueta para distinguir opinião, análise e publicidade de reportagens noticiosas);
- Citações e referências (maior acesso às fontes e dados por trás das investigações);
- Métodos (informações sobre como os repórteres decidiram apurar as matérias e quais procedimentos adotaram);
- Apuração local (permitir saber quando a matéria tem origem ou expertise local), diversidade de vozes (esforços da redação para trazer perspectivas diversas);
- Feedback acionável (estimular a colaboração do público, estabelecendo prioridades para a cobertura, contribuindo para o processo de reportagem e garantindo a precisão).

No **Janela**, tentamos incorporar ao máximo os indicadores do Projeto Credibilidade, procurando explicar procedimentos, disponibilizar links para as fontes primárias e incluir etiquetas com sinalização de conteúdo. Também disponibilizamos meios de contato de forma acessível possível para as pessoas.

3.2 Identidade visual

Para a identidade visual do projeto, buscamos a Container Digital Jr. (CoDi Jr.), empresa júnior do curso de Sistemas e Mídias Digitais da UFC. A CoDi reúne estudantes do curso e presta serviços de design gráfico, webdesign e audiovisual para públicos internos e externos. Para contratar os serviços de desenvolvimento de identidade visual da CoDi, assinamos um contrato no valor de R\$ 750.

Realizamos reuniões virtualmente, por meio do Google Meet, durante cerca de quatro meses. A periodicidade dos encontros não era fixa, mas mantivemos contato por meio de grupo no WhatsApp com repasses sobre o andamento do projeto. Uma equipe de quatro alunos do curso de Sistemas e Mídias Digitais participou da elaboração da

identidade visual do projeto. Fizemos alguns processos de *brainstorming* (tempestade de ideias, em tradução livre) e conversamos sobre valores que seriam importantes de comunicar por meio das escolhas visuais do projeto, como credibilidade e confiança. Ao mesmo tempo, a marca deveria ser convidativa e alegre, pensando no público-alvo. Apresentamos à CoDi algumas referências de logo que consideramos próximas dos aspectos buscados, a exemplo das logos do Núcleo Jornalismo⁷ e do Nexo Jornal⁸. Com base nas nossas conversas, a equipe da empresa júnior enviava propostas, esperavam *feedbacks* e retornavam com novas propostas.

Figura 1: Referências de logo do Núcleo Jornalismo


 The logo for Núcleo Jornalismo features the word "NÚCLEO" in a bold, blue, sans-serif font. The letter "U" has a small blue accent above it, and the letter "O" has a white dot in the center.

Fonte: Reprodução/Núcleo Jornalismo

Figura 2: Referência de logo do do Nexo



Fonte: Reprodução/ Nexo

Para o desenvolvimento da identidade visual, era necessário ter um nome. O primeiro nome proposto pela equipe da CoDi foi “PontoJota”, que teria como conceito reforçar a relevância social indiscutível do jornalismo. Na ideia, um sinal de ponto e vírgula simbolizaria a letra jota, dando uma noção de continuidade que faria referências às constantes transformações do jornalismo. No entanto, consideramos que a palavra “ponto” em destaque poderia dar noções de “conclusão” e “finalização” que não estariam alinhadas com os ideais do projeto e não fazem alusão ao jornalismo em si, que é dinâmico. Ademais, a letra jota ficou pouco legível na proposta.

⁷ <https://www.nucleo.jor.br/>

⁸ <https://www.nexojornal.com.br/>

Por fim, consideramos que a ideia parecia transmitir um conceito um tanto impositivo sobre a importância do jornalismo. Tendo em vista que o projeto parte do pressuposto de um processo educativo dialógico, concordamos que a logo não estaria expressando adequadamente a premissa do projeto. Além disso, consideramos a proposta de paleta de cores para essa logo um tanto apagada, devido aos tons mais pastéis. Outras paletas propostas apresentavam tons vibrantes demais, que chegavam a causar incômodo visualmente.

Figura 3: Primeira proposta de logo do projeto



Fonte: Container Digital Jr.

Desse modo, propomos para a CoDi a ideia de que a paleta escolhida expressasse a passagem de tempo na rotina do jornalismo. Na sequência, a CoDi apresentou um conjunto de cores nem tão vibrantes, nem tão pastéis. A paleta tem cores primárias, como o vermelho, o amarelo e o azul, que consideramos mais adequadas visualmente para um site educativo. Essa sequência da cor mais quente até a cor mais fria orienta a organização dos módulos de conteúdos do site, que seguem o percurso das etapas de produção jornalística durante o dia de trabalho, e das categorias dos posts do Blog. Para o melhor contraste, o verde (#008A99) é a cor principal utilizada em recursos utilizados no site, enquanto as demais cores foram distribuídas entre os módulos da seguinte forma:

1. Vermelho (#E9483E): cor tema do módulo Pauta e Noticiabilidade e dos posts do blog relacionados a este módulo;
2. Rosa (#EA6659): cor tema do módulo Apuração e dos posts do blog relacionados a este módulo;
3. Amarelo (#F39F59): cor tema do módulo Edição e dos posts do blog relacionados a este módulo;
4. Azul (#7CC0CA): cor tema do módulo Profissão dos posts do blog relacionados a este módulo;
5. Verde (#008A99): cor da logomarca, de alguns destaques do site e dos artigos de opinião veiculados no Blog.

Figura 4: Paleta de cores escolhida para o janela



Fonte: Container Digital Jr.

Apesar de já termos uma paleta de cores escolhida, sem o nome do projeto definido as propostas de logotipo acabavam ficando limitadas e a situação gerou certo entrave para a continuidade do desenvolvimento da identidade visual. Seguimos conversando com a CoDi sobre palavras que estariam mais alinhadas com os propósitos do projeto.

Após mais processos de *brainstorming*, propomos à equipe da CoDi a palavra **Janela**. O nome expressa tanto a ideia de abertura do jornalismo, no sentido de transparência, quanto a noção do jornalismo como uma (de várias) "janela" para o mundo. A janela aqui não é no sentido de mostrar literalmente o que está lá fora no idealismo de que o jornalismo entrega uma realidade absoluta ao público, pois entendemos que “a realidade não pode ser contada aos outros por inteiro, noticiar é selecionar fatos para organizar um sentido”. Assim, tomamos a concepção do jornalismo como “processador das camadas verificáveis da realidade” (PEREIRA JÚNIOR, 2006, p.70, 71).

De outro lado, a palavra “janela” ainda faz referência ao contexto de informatização que perpassa o cotidiano e a profissão dos jornalistas, se pensarmos nas janelas da internet. A partir de então, a CoDi passou a trabalhar com este nome em mais algumas propostas de logo. Assim, o processo se tornou mais espontâneo. Pensamos que uma iconografia seria interessante para acompanhar o nome, considerando as necessidades de aplicação da logomarca em outras produções, como vídeos e posts para o Instagram.

Dessa forma, juntamente com a equipe da CoDi, pensamos em um ícone com quatro janelas de cores diferentes e dois tamanhos diferentes representando os múltiplos conhecimentos envolvidos no jornalismo, mostrando ainda a paleta de cores completa já na logomarca. Além disso, identificamos a necessidade de um subtítulo que complementasse o nome de forma mais direta e evidente, já que o termo **Janela**, embora significativo, tem abertura para diferentes interpretações. Desse modo, achamos prudente comunicar já na logo nosso propósito principal, chegando ao resultado final: "Janela: educação para jornalismo".

Figura 5: Logomarca final do Janela



Fonte: Container Digital Jr.

O **Janela** utiliza duas tipografias principais. Na logomarca e em títulos, priorizamos a fonte Etna, criada pelo designer Krisjanis Mezulis⁹, cuja licença comercial foi adquirida pela Container Digital para que a tipografia pudesse ser utilizada no projeto. Sem serifas no desenho das letras, a Etna tem traços elegantes e ao mesmo tempo traz a sensação de clareza e credibilidade. Nos textos e subtítulos, utilizamos a Ebrima, fonte desenhada pela Microsoft¹⁰, de aparência simples e limpa. A licença fornecida permite a utilização da fonte para o desenvolvimento web em fins não

⁹ <https://www.krisjanismezulis.com/>

¹⁰ <https://docs.microsoft.com/en-us/typography/font-list/ebrima>

comerciais. Em alguns recursos do site, utilizamos fontes de uso livre, como a Prompt, a Nunito Sans e a Open Sans, devido à impossibilidade de carregar as fontes originais da identidade visual em plataformas gratuitas nas quais foram produzidos os recursos.

Figura 6: Tipografias utilizadas no Janela

etna
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

ebrima bold
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

ebrima
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Fonte: Elaborado pelo autora

3.3 Pautas e pré-produção

Como parte do processo de elaboração das pautas, iniciado ainda em janeiro de 2021, buscamos referências em trabalhos acadêmicos, livros, sites, cartilhas e materiais didáticos que pudessem fornecer uma base teórica e exemplos práticos de letramento midiático e jornalístico. Inicialmente, havia a ideia de que o site também agregasse conteúdos voltados para jornalistas. A intenção seria fornecer recursos para fomentar uma imprensa mais mídia-educativa, por meio de guias de fontes e banco de pautas de educação midiática, por exemplo.

No entanto, após conversas com o orientador, chegamos à conclusão de que, considerando a necessidade de delimitar um público-alvo para melhor orientação dos conteúdos, seria mais prudente começar pelos procedimentos básicos do jornalismo, com foco nas pessoas jovens. Desse modo, a organização dos conteúdos ficou definida da seguinte forma: Pauta, Apuração, Edição e Profissão. As seções do site e seus conteúdos foram organizados da seguinte forma:

1. Início: *home page* com destaques das últimas publicações do Blog, seção de matérias mais lidas e embed com link para o Instagram;
2. Módulos:
 - 2.1 Pauta e Noticiabilidade: o que é pauta, onde os jornalistas encontram pautas, o que é noticiabilidade e como muda ao longo do tempo, características da notícia e espaço das “notícias ruins” na imprensa;
 - 2.2 Apuração: quais são os atributos de uma apuração jornalística de qualidade, como ocorreram coberturas jornalísticas emblemáticas e quais processos e dilemas jornalistas enfrentaram, o que diz o Código de Ética dos Jornalistas, erros no jornalismo e imparcialidade no jornalismo;
 - 2.3 Edição: o que é edição no jornalismo, como o jornalismo cria pontos de vista sobre o mundo, edição na diagramação e linha editorial fora da mídia tradicional;
 - 2.4 Profissão: dados sobre o perfil do jornalista brasileiro hoje, quanto ganha o jornalista no Ceará, perfis humanizados de jornalistas e desafios de ser jornalista hoje;
3. Blog: agrega textos opinativos e posts com dicas, entrevistas, prévias de conteúdos do site e outros temas com foco no letramento jornalístico;
4. Recursos: apresenta as subpáginas Glossário, Mapas Mentais e Vídeoaulas. O Glossário reúne expressões e palavras do vocabulário jornalístico mencionadas ao longo do site; os Mapas Mentais são recursos em PDF utilizados que podem ser aproveitados em oficinas, escolas e eventuais atividades extensionistas. As duas vídeoaulas fazem parte de dois módulos do site, mas por serem materiais de maior fôlego também estão em um espaço separado de mais fácil acesso.

Como parte da pesquisa prévia que envolve a elaboração da pauta (PEREIRA JÚNIOR, 2006, p.78), foram reunidos sobre cada eixo temático o histórico sobre o assunto, links para documentos, guias, cartilhas, possíveis fontes a serem abordadas e ideias de perguntas a serem feitas. Devido à premissa educativa do projeto, também consideramos para a organização das pautas as necessidades interativas e didáticas da plataforma.

Nesse sentido, projetos como o Educamídia¹¹, programa de educação midiática do Instituto Palavra Aberta, e a plataforma *Checkology*¹², da iniciativa de letramento

¹¹ <https://educamidia.org.br/>

¹² <https://checkology.org/auth>

*News Literacy Project*¹³, foram referências fundamentais desde o princípio em relação a conteúdos e recursos educativos. Como forma de promover a organização de um percurso compreensível para pessoas jovens não iniciadas em jornalismo, optamos por pensar as pautas do site como módulos de conteúdos, segmentados em lições, cada um com tópicos pensados para compor uma sequência pedagógica acessível para o público-alvo do projeto. Referências de plataformas de Educação à Distância (EAD), como a Udemey¹⁴, também foram importantes nessa etapa de estruturação do site.

Na etapa de pré-produção, foram realizados contatos iniciais com fontes, entre editores, pesquisadores, repórteres, fotojornalistas e estagiários. O processo de planejamento incluiu ainda elaborar o *storyboarding* do site, detalhando como seriam páginas, quais recursos seriam necessários, de que forma os conteúdos seriam apresentados e quais linguagens a plataforma deveria contemplar. A seguir, foram estabelecidos cronogramas para realização das entrevistas e captação de material audiovisual.

Para o módulo de Pauta, entrevistamos editores e um produtor de diferentes veículos das quatro maiores empresas jornalísticas do Ceará para saber sobre como são escolhidas as pautas. Além disso, ouvimos duas pesquisadoras: para didatizar alguns fatores que influenciam na noticiabilidade e para comentar sobre como filtrar informações de qualidade em um contexto de superabundância de informação.

Para o módulo Apuração, ouvimos repórteres, editores e fotojornalistas. Para isso, inicialmente, elaboramos um formulário enviado a 18 jornalistas com trajetórias reconhecidamente duradouras em redações jornalísticas do Ceará. Nem todos ainda estavam atuando em redações, mas consideramos que contar com as memórias dessas pessoas seria importante para a seleção de processos de apuração escolhidos.

O formulário tinha os seguintes itens: 1) Nome; 2) Por quanto tempo você atuou ou está atuando em redações de jornal do Ceará?; 3) Sua ocupação atual; 4) Indique pelo menos três coberturas jornalísticas/reportagens que marcaram o jornalismo no Ceará; 5) Você participou de alguma das coberturas/reportagens sugeridas? Qual (is)?; 6) Indique casos de erros da imprensa local que repercutiram.

Obtivemos respostas de 15 jornalistas, totalizando 36 sugestões de coberturas jornalísticas e nove sugestões de erros da imprensa. Selecionamos cinco coberturas e três casos de erros da imprensa que foram os mais citados entre as respostas, sendo as

¹³ <https://newslit.org/>

¹⁴ <https://www.udemy.com/pt/>

coberturas: 1) Chacina dos portugueses (9 menções); 2) Assalto ao Banco Central (9 menções). 3) Sequestro de dom Aloísio Lorscheider (4 menções); 4) Desabamento do edifício Andréa (4 menções) 5) Escândalo dos banheiros (2 menções).

Os casos de erros selecionados mais citados no formulário foram: 1) O caso do falso artista japonês Souzousareta Geijutsuka (4 menções); 2) Ana Bruna, testemunha morta após conceder entrevista (2 menções); 3) Divulgação em detalhes do laudo da menina Alanis, vítima de violência sexual (2 menções).

Nas respostas recebidas, tivemos casos de empates em que mais de uma cobertura ou caso de erro jornalístico receberam duas menções, por exemplo. Nessas situações, consideramos como critério desempate qual cobertura ou caso de erro poderia trazer um elemento novo relacionado à apuração que tivesse sido pouco explorado nos casos mais mencionados.

Ainda para o módulo Apuração, foram entrevistados dois pesquisadores para falar sobre ética jornalística e sobre imparcialidade no jornalismo. Além disso, foi necessário buscar no acervo da Biblioteca Pública Estadual do Ceará (Bece) matérias das coberturas escolhidas para ajudar a reconstituir as apurações jornalísticas. Para tanto, realizamos duas visitas ao acervo da biblioteca.

No terceiro módulo, Edição, três editores de empresas jornalísticas cearenses distintas foram ouvidos, além de uma redatora de capa e de duas pesquisadoras para comentar sobre a construção de enquadramentos no jornalismo. Três jornalistas que integram iniciativas de mídia independente no Ceará também foram entrevistados para evidenciar as diferenças entre mídia tradicional e mídia alternativa em relação a linhas editoriais.

Por fim, no módulo Profissão, ouvimos repórteres, editores, estagiárias, diretores de jornalismo, pesquisadores, um repórter freelancer, uma assessora de comunicação e o presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Ceará (Sindjorce). Neste módulo, trazemos dados sobre o perfil do jornalista brasileiro a partir do sumário da pesquisa Perfil dos Jornalistas Brasileiros (2021)¹⁵, além de mostrarmos o que é possível pagar com o salário de um jornalista no Ceará.

Neste trabalho, jornalistas são naturalmente as principais fontes. Como especialistas, pesquisadores e personagens. No entanto, não poderíamos deixar de ouvir

¹⁵ Disponível em:

<<https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2021/11/2021-11-12-Sum%C3%A1rio-Executivo-19%C2%BA-Encontro-da-SBPJor-RETIJ-VFINAL-REVISADA-2.pdf>>. Acesso: 28 jan. 2022.

pessoas da sociedade civil. Dessa forma, em cada módulo, como estratégia de evidenciar a necessidade de compreensão dos processos jornalísticos e seus impactos para as pessoas, criamos uma lição fixa chamada “E nós com isso?”, com o “nós” sendo referência à sociedade. Para essa lição, conversamos com pessoas residentes no Ceará de diferentes âmbitos sociais para trazer suas percepções sobre a mídia e o jornalismo.

3.4 Produção e pós-produção

A etapa de produção no jornalismo abrange entrevistas, checagem de informação e revisão do material apurado (PEREIRA JÚNIOR, 2006). Devido à pandemia de Covid-19, as entrevistas ocorreram de forma remota, via Google Meet, e-mail, telefone e WhatsApp. Em 2021, a variante Gama¹⁶ do coronavírus se disseminou rapidamente, causando uma segunda onda epidêmica mas letal¹⁷, enquanto a vacinação avançou a passos lentos no Brasil¹⁸. As empresas jornalísticas do Ceará adotaram em suas redações o modelo híbrido em menor ou maior proporção, com revezamentos e limitação de pessoal. A necessidade das entrevistas remotas implicou em razoável perda técnica na qualidade do material audiovisual, por exemplo, devido a problemas de conexão na internet dos entrevistados e limitações de equipamentos. Todas as entrevistas eram gravadas para serem utilizadas como recursos e conteúdos no site, além de ser procedimento de documentação também.

Cabe ressaltar que a impossibilidade de um contato pessoal com as fontes e, por vezes, problemas de âmbito técnico durante as entrevistas, — internet lenta, queda de conexão, atraso na chegada de imagem de imagem e som e baixa qualidade audiovisual — tornaram o processo de entrevistas mais tumultuado em certos momentos. Esses percalços dificultaram experiências de entrevistas transformadoras, em que entrevistador e entrevistado saem “alterados”, conforme define Cremilda Medina (1995, p.7) ao descrever a entrevista como realização do Diálogo Possível. A partir das considerações de Edgar Morin (1973), a autora agrupa as entrevistas em duas tendências: espetacularização e compreensão (aprofundamento). Resguardadas as limitações, entendemos que a apuração deste trabalho foi orientada principalmente por

¹⁶Disponível:<<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/08/17/delta-avanca-no-brasil-mas-gama-continua-sendo-a-variante-predominante-veja-o-que-se-sabe.ghtml>> Acesso em 28 jan. 2022.

¹⁷Disponível:<<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/04/12/brasil-volta-a-bater-pior-medi-a-movel-de-mortes-por-covid-com-3125-obitos-por-dia-na-ultima-semana.ghtml>> Acesso em 28 jan. 2022.

¹⁸Disponível:<<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/06/26/vacinacao-lenta-nao-zera-pandemia-veja-o-que-dados-de-chile-uruguai-eua-e-israel-ensinam-para-o-brasil.ghtml>> Acesso em 28 jan. 2022.

entrevistas ligadas ao subgênero da compreensão, que passa, por exemplo, pela entrevista conceitual, em que o foco é a bagagem informativa da fonte, e pelo perfil humanizado, em que o repórter “mergulha no outro” (p.16, 17 e 18).

No **Janela**, foram entrevistados 9 editores, 9 pesquisadores e professores de jornalismo, 9 repórteres, 6 jornalistas que trabalham em áreas diversas (assessoria de imprensa, *freelancer*, marketing etc) 4 fotojornalistas, 3 jornalistas independentes, 2 estagiárias de jornalismo, 2 diretores de jornalismo, 1 assessora de imprensa, 1 produtor e apresentador, 1 redatora de capa e o presidente do sindicato. Além disso, foram entrevistadas oito pessoas da sociedade civil para trazer perspectivas do público sobre a mídia e o jornalismo. No total, foram 55 entrevistas.

Em um primeiro momento, o processo de pós-produção, que inclui redação e concepção visual do material jornalístico, (PEREIRA JÚNIOR, 2006) começou de forma gradual, por módulo de conteúdo. No entanto, como a apuração esbarraria no período de final do ano, marcado por feriados e recessos, optou-se estrategicamente por dar prioridade às entrevistas aproveitando o tempo em que as fontes estariam mais disponíveis.

Paralelamente, procurou-se avançar no que fosse possível em relação à pós-produção. Por se tratar de um produto multimídia, essa etapa envolveu redação dos textos, elaboração de infográficos, edição de áudios, elaboração de roteiros para vídeos, edição de fotos, e produção de gráficos, quizzes, enquetes, e de outros recursos digitais. João Canavilhas (2006) destaca que no webjornalismo as notícias ganham “uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura” (p.2).

A linguagem do site busca sempre a clareza e objetividade, havendo a preocupação de traduzir jargões do meio jornalístico para o público não familiarizado. Sendo uma plataforma voltada para pessoas jovens, o **Janela** investe em recursos digitais para tornar temas densos e complexos mais acessíveis e imersivos.

Utilizamos para a maioria dos recursos do site a plataforma Genially¹⁹, que permite a criação de apresentações interativas de forma gratuita. O Genially foi escolhido, principalmente, pela variedade de recursos gratuitos e possibilidades de edição.

Por meio da ferramenta, criamos quizzes e tentamos incorporar aspectos de gamificação no projeto. Segundo Alves, Minho e Diniz (2014), a gamificação “se

¹⁹ <https://genial.ly/>

constitui na utilização da mecânica dos games em cenários *non games*, criando espaços de aprendizagem mediados pelo desafio, pelo prazer e entretenimento". Os autores compreendem espaços de aprendizagem como "distintos cenários escolares e não escolares que potencializam o desenvolvimento de habilidades cognitivas" (p.76).

Essa estratégia que buscamos incorporar, ainda que de forma limitada pelo contexto técnico, é interessante do ponto de vista pedagógico para manter o público-alvo engajado no percurso que propomos com o **Janela**. Para ilustrar essa intenção, podemos citar como exemplo um dos recursos do Módulo 2: Apuração, no qual procuramos simular um dia de apuração jornalística, desde o recebimento da pauta até as escolhas sobre organização da matéria. Tomando como referência a atividade *Practicing Quality Journalism* (Praticando jornalismo de qualidade, em tradução livre) da plataforma *Checkology*, elaboramos um recurso de alternativas para escolhas, com tarefas a serem cumpridas, exibição de progresso conforme a apuração jornalística avançava e sistema de feedbacks.

Figura 7: Recurso do Módulo 2 que tenta simular um dia de apuração



Fonte: Elaborado pela autora.

Além da ferramenta Genially, também foram utilizadas para o site as plataformas gratuitas Timeline JS (elaboração de linha do tempo), Flourish (visualização de dados), Canva, (produção de PNGs utilizados no site), TryInteract (quizzes e enquetes) e Padlet (quadros colaborativos). Os quadros colaborativos

aparecem nos módulos 1 e 3, propondo atividades para que as pessoas possam colocar em prática o que viram ao longo dos conteúdos. Os quizzes aparecem em todos os módulos como forma de testar a aprendizagem do público e fixar o conteúdo.

Os vídeos do site e do Instagram foram roteirizados por mim e, posteriormente, editados e animados pelo editor de imagem e vídeo e *motion designer* Gabriel Lopes. Gabriel cobrou R\$50 para vídeos com poucas necessidades de animação e R\$150 por vídeos mais longos e com animações mais complexas. No total, foram roteirizados e editados 17 vídeos, considerando site e Instagram, sendo dois mais complexos. Apostamos em vídeos com animações como uma solução tanto pelo contexto de isolamento social em decorrência do coronavírus, que limitou deslocamentos, quanto pela proposta do site de se aproximar de pessoas jovens. Foram elaboradas duas videoaulas, para os módulos 1 e 2 com duração entre 6 e 8 minutos. No mais, a edição dos vídeos seguiu a identidade visual do projeto de modo que cada um recebeu a cor do módulo correspondente.

Outros recursos produzidos para o site foram os Mapas Mentais, produções no formato PDF disponibilizadas para download que buscam didatizar de forma ilustrada e lúdica conteúdos complementares aos módulos do site. Os recursos propõem atividades de letramento jornalístico que podem ser implementadas em sala de aula ou em outros espaços, pensando nas pretensões extensionistas do **Janela** a longo prazo. Os temas dos dois Mapas Mentais são: diferenças de propósitos entre informações e escala de avaliação da credibilidade. Os recursos foram diagramados pela jornalista Beatriz Rabelo, o que demandou um custo de R\$ 70.

Para o Blog que faz parte do site, convidamos colaboradores que pudessem contribuir com textos opinativos, entre artigos de opinião, relato e análise, sobre temas diversos do jornalismo. No total, foram convidados sete colaboradores, entre representantes da mídia tradicional e alternativa, membros de iniciativas de educação midiática e pesquisadores. Somente dois não entregaram o texto dentro do prazo solicitado para publicação.

3.5 Site e Instagram

O site do **Janela** pode ser acessado no endereço <https://janela.jor.br/>. O domínio foi adquirido por meio do registro.br. O suporte foi escolhido por apresentar a possibilidade de agregar conteúdos de diferentes linguagens. Ademais, a internet pressupõe uma multimidialidade e multilinearidade importante quando pensamos em

plataforma que reúne texto, fotos, recursos interativos, infográficos, gráficos, quizzes, enquetes, áudios, vídeos e outros materiais. Desse modo, o suporte online atende bem às necessidades de um site educativo e de caráter colaborativo como o **Janela**.

Como bem ressalta o espanhol Ramón Salaverría (2014), a web “oferece uma plataforma de enorme versatilidade para a integração de formatos textuais, gráficos e audiovisuais”. Além disso, o ambiente digital multiplica as “possibilidades para o crescimento da narrativa multimídia” (p.32).

Outra característica da arquitetura informativa da internet que está em consonância com os objetivos do projeto é a hipertextualidade, que inclui “dois elementos nucleares: nós e links, ou seja, blocos informativos e hiperligações”, segundo atesta o pesquisador João Canavilhas (2014, p.6). Esse elemento é fundamental para a criação de uma leitura dinâmica e imersiva, permeada por referências e conteúdos que se correlacionam.

Além de tudo, a democratização do acesso à informação promovida pela web, apesar das ressalvas de limitação pelas plataformas e algoritmos, também justifica a escolha, principalmente tendo em vista que o site se propõe a ter um espaço colaborativo, com o qual as pessoas possam contribuir. A inteligência coletiva que emerge a partir do ciberespaço possibilita essa construção comunitária de conhecimento em constante atualização, conforme concebe Pierre Lévy (1999).

Dessa forma, devido às necessidades de criar para o **Janela** uma plataforma que pudesse ser constantemente atualizada e que suportasse um banco de dados, foi necessário buscar um serviço de desenvolvimento web. Após alguns orçamentos com a própria Container Digital Jr. e desenvolvedores *freelancers*, contratamos Lucas Silva, bacharel em Design Digital pela UFC, para desenvolver o site. A escolha se deu principalmente pelo orçamento mais acessível que os demais: R\$ 950.

Lucas trabalhou no site a partir de um *storyboard* elaborado por meio da plataforma Genially e também deu sugestões de melhorias para a navegabilidade. No *storyboard* foram detalhadas a sequência de páginas planejadas para o site, bem como recursos e interações previstos.

O site é desenvolvido como uma estrutura (framework) do *React* (biblioteca *JavaScript* para criação de interfaces de usuário em páginas web), utilizando-se de *Typescript* (linguagem de programação), componentes de layout do *Ant Design* (biblioteca do React) e com um *Backend As a Service* (banco de dados). O sistema de base de dados está hospedado no *Firebase*, plataforma do Google para desenvolvimento

de aplicativos móveis e da web. Enquanto isso, o site está hospedado na plataforma Vercel.

As tecnologias usadas no site são: Lottie File (uma biblioteca de animações), React TTS (plugin leitura dos textos dos módulos), VLibras (plugin para acessibilidade em Libras). Além disso, o site está acessível para leitores de tela como o Jaws, NVDA, Virtual, Orca e VoiceOver. Cabe ressaltar, no entanto, que neste primeiro momento pelo menos, os recursos interativos que são incorporados ao site por meio de código HTML não ficam acessíveis para o leitor de telas.

O site apresenta ainda a opção de cadastro dos usuários para que seja possível comentar posts do Blog. Para o cadastro, pedimos informações básicas do público, utilizadas para compor a tela de perfil da pessoa cadastrada e ficam armazenadas na base de dados da plataforma Firebase: 1) Nome; 2) E-mail; 3) Idade; 4) Você é (Estudante, Professor, Jornalista, Outro); 5) Cidade e estado.

O menu do **Janela** está segmentado da seguinte forma: Início, Módulos, Blog, Recursos e Sobre. O Início dá para a home do site. A opção foi por uma página inicial de caráter jornalístico, composta por módulos das publicações mais recentes do Blog. Existe um destaque principal e uma coluna com destaques secundários, além de uma seção com conteúdo opinativo, um espaço para as publicações mais recentes do Instagram e uma seção com as matérias mais acessadas. A hierarquização dos destaques se dá pela ordem de publicação dos posts, ficando os mais recentes em maior evidência. Logo na home, o público também tem acesso a um chat incorporado a partir do site JivoChat²⁰, que permite o envio de mensagens automáticas e está conectado com o e-mail do projeto. Por meio da ferramenta, o público pode enviar dúvidas e contribuir com sugestões.

Ao clicar em Módulos, o usuário é levado a começar um percurso pelo Módulo 1: Pauta. Na tela de navegação existem duas linhas do tempo: a superior mostrando quais módulos faltam para percorrer e a lateral, exibindo quais lições ainda estão pela frente. Embora o **Janela** proponha um caminho a ser seguido, é possível explorar os módulos livremente a partir da timeline superior.

Assim, acreditamos que permitimos uma navegação mais livre e não linear. Dentro dos módulos, porém, as lições seguem uma sequência por meio de botões “Próximo” e “Anterior”. Consideramos essas sinalizações necessárias para que as pessoas possam se situar em relação ao conteúdo para ser visto e ao que já foi

²⁰ <https://www.jivochat.com.br/>

percorrido. Os elementos dos módulos (vídeos, recursos, quizzes e botões) seguem cores temáticas da paleta de identidade visual.

Na seção Blog, encontram-se reunidos os posts segmentados por categorias temáticas de acordo com os módulos de conteúdo. As cores das publicações também seguem as categorias dos módulos de conteúdo. O acréscimo é a categoria Opinião, que reúne textos opinativos dos colaboradores convidados.

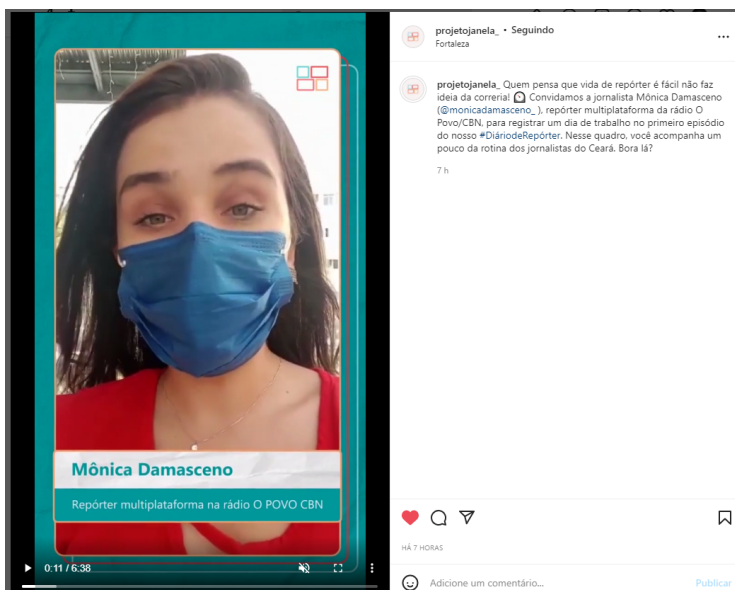
A seção Recursos se segmenta em três sub páginas: Glossário, Mapas Mentais e Videoaulas. No Glossário, explicamos algumas palavras e expressões do cotidiano jornalístico. As pessoas podem colaborar enviando sugestões de palavras para compor o Glossário. As sugestões chegam no e-mail do **Janela**. Na aba Sobre, é possível encontrar o editorial, um mapa do site explicando a navegação e um formulário de contato cujas mensagens vão para o e-mail do **Janela**.

Neste primeiro momento, o site ainda não está acessível para *mobile*. Isso porque a maioria dos recursos incorporados via código HTML não são responsivos, isto é, não se adaptam bem em outros formatos. No entanto, posteriormente, pretende-se estudar mecanismos que possibilitem que a plataforma seja totalmente responsiva a partir de dispositivos móveis.

Propondo uma narrativa transmídia, além do site, o projeto conta com um perfil no Instagram. A rede social foi escolhida pensando no alcance das pessoas tendo em vista a proposta educativa do projeto. A linguagem informal das redes sociais também proporciona uma difusão de informações de forma mais rápida e interativa, segundo ressalta Raquel Recuero (2009, p. 116).

O Instagram do **Janela** (https://www.instagram.com/projetojanela_/) permite publicar prévias dos conteúdos abordados no site de forma mais compacta e informal, convidando o público para saber mais sobre os módulos, lições, recursos e outros conteúdos do site. Além disso, existem produções pensadas especificamente para a rede social, como o quadro “Diário de Repórter”, que consiste em vídeos gravados no formato de vlog por jornalistas registrando um dia de trabalho. Para a ferramenta *Reels*, existe o quadro “Jornalista Responde”, consistindo em vídeos com duração de 1 minuto com jornalistas respondendo a questões que nem sempre estão evidentes para pessoas que não entendem de jornalismo.

Figura 8: Post do quadro “Diário de Repórter” no Instagram



Fonte: Reprodução/ Instagram Janela

As pesquisadoras Elaide Martins e Raquel Longhi (2015) entendem que a narrativa transmídia “perpassa de uma mídia para outra para contar histórias construídas a partir de um mesmo enredo, mas com versões distintas e complementares – e totalmente independentes” (p.5). Além de ter um link direto na home do Janela para o Instagram, também existe recurso incorporado da rede social no Módulo 3. Não ficando restrito ao site, o **Janela** tem continuidade em outra mídia, que possui suas próprias produções, mas se conecta com a plataforma principal.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Produzir um TCC durante a pandemia de Covid-19, de forma remota e conciliando estágio e afazeres domésticos, está longe do cenário ideal. No entanto, todas as vezes que os empecilhos sobressaíam, me recordava de que este projeto tem propósitos maiores do que a obtenção de um diploma de graduação. Acredito muito que explicar às pessoas como o jornalismo funciona é um dos caminhos imprescindíveis para formar cidadãos mais aptos a tomar decisões no mundo. Falo desde as menores decisões (Repassar ou não um link no WhatsApp?) até aquelas que interferem diretamente na participação cívica (Como saber se meu candidato político está compartilhando notícias confiáveis?).

O **Janela** é uma amostra de que o jornalismo pode falar mais sobre o que faz. Ao longo da construção do projeto, nos deparamos com muita disposição em ensinar por parte dos profissionais da imprensa. O **Janela** só foi possível porque jornalistas do Ceará e de outros estados do Brasil se dispuseram a responder às perguntas mais básicas sobre jornalismo. Básicas e, por isso, primordiais para quem não sabe o mínimo sobre a atividade jornalística.

Tenho para mim que todo jornalista tem um pouco de professor e de estudante. De professor porque está sempre tentando elucidar, instruir, orientar de alguma forma, e de estudante porque nunca para de questionar e aprender neste ofício em constante metamorfose. Naturalmente, encontramos ainda algumas portas fechadas no processo de elaboração deste projeto. Restrições sobre números de audiência, limitações de detalhes sobre financiamentos e perguntas em aberto sobre reestruturações organizacionais foram alguns dos entraves.

Contudo, penso que a tendência é que as empresas jornalísticas reconheçam cada vez mais essa abertura como fundamental para fortalecer a confiança no jornalismo. Entretanto, é preciso entender que a imprensa não pode ser agente solo nos esforços da educação midiática. É indispensável, por exemplo, que o poder público implemente programas de educação para as mídias fixas nas escolas.

Hoje, o **Janela** é apenas uma semente de educação para jornalismo, um pontapé inicial, um primeiro passo. Desejo que futuramente o projeto possa chegar a escolas e a outros espaços em que seja possível apresentar o **Janela** e colher percepções do público-alvo sobre a plataforma, no intuito de melhorá-la. Espero que não termine aqui e pretendo trabalhar para que o projeto continue sendo atualizado, agregando mais módulos de conteúdos e, principalmente, alcançando mais pessoas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVES, L. R. G.; MINHO, M. R. S.; DINIZ, M. V. C. **Gamificação: diálogos com a educação.** In: FADEL, L. M. et al. (Org.). Gamificação na educação. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014. p. 74-97.
- BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica.** In: Revista Comunicação & Educação, ano XIV, nº 3, 2009.
- BECKETT, Charlie. **‘Fake news’: The best thing that’s happened to Journalism at Polis.** Disponível em: <<http://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-thats-happened-to-journalism>>. Acesso em 30 jan. 2021.
- BELLONI, Maria Luiza. **O que é mídia-educação.** Campinas: Autores Associados, 2009.
- BRASIL, Isabel Mayara; SILVA, Maria Heleni da. **As bases freireanas da educomunicação presentes no programa Conexões Periféricas.** Revista Debates Insubmissos, Caruaru, PE. Brasil, Ano 2, v.2, nº 4. Edição Especial. 2019.
- CANAVILHAS, João. **Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas.** In: CANAVILHAS, João (Org.). WebJornalismo: 7 Características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCOM, 2014. p. 111-136.
- CANAVILHAS, João Manuel Messias. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para mudança.** Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joaojornalismo-online-webjornalismo.pdf> Acesso em: 29 jan. 2022.
- DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. **O que o jornalismo está se tornando.** Parágrafo. São Paulo: FIAM-FAAM, v. 4,n. 2, julho-dezembro 2016, p. 6-21.
- EDELMAN. **Edelman Trust Barometer 2021. Global Report, 2021.** Disponível em: <https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2021-01/2021%20Edelman%20Trust%20Barometer_Final.pdf>. Acesso em 30 jan. 2021.
- EMPINOTTI, M. L., & PAULINO, R. de C. R. (2018). **Aproximações entre jornalismo e educação.** Comunicação & Educação, 23(1), 53-64. Disponível em:<<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v23i1p53-64>>. Acesso em 28 jan. 2022.
- FANTIN, Mônica. **Mídia-educação: conceitos, experiências, diálogos Brasil-Itália.** / Mônica Fantin. - Florianópolis : Cidade Futura, 2006. 264p.
- GENESINI, S. (2018). **A pós-verdade é uma notícia falsa.** Revista USP, (116), 45-58. Disponível em:<<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i116p45-58>>. Acesso em 28 jan. 2022.
- HJARVARD, Stig. **Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural.** Matrizes, vol. 5,núm. 2, enero-junio, 2012, pp. 53-91.

- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999. 264 p. (Coleção Trans). Tradução de Carlos Irineu da Costa.
- LIVINGSTONE, Sonia. **Media literacy and the challenge of new information and communication technologies**. *The Communication Review*, 2004, 1 (7), 3-14.
- MARTINS, Elaide; LONGHI, Raquel. **Transmídia, crossmídia e intermídia na grande reportagem multimídia**. Um estudo das estratégias narrativas na série Tudo Sobre, da Folha de S. Paulo. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 13, 2015, Campo Grande. Anais... Brasília: SBPJor, 2015. Disponível em: <https://conferencias.unb.br/index.php/ENPJor/XIIIENPJor/paper/viewFile/4676/1148>. Acesso em: 29 jan. 2022.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.
- MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível**. 1995. São Paulo: Ática.
- PAIXÃO, Patrícia. **Linha editorial no jornalismo brasileiro: conceito, gênese e contradições entre a teoria e a prática**. *Revista ALTERJOR*, 2018. Ano 8, Volume 01, Edição 17.
- PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2006.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet** – Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura). 191 p.
- SALAVERRÍA, Ramón. **Multimedialidade: Informar para cinco sentidos**. In: João Canavilhas (Org.). **WebJornalismo: 7 Características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCOM, 2014. p. 111-136.
- SOARES, Ismar de Oliveira, “**Comunicação/Educação: A emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais**” in *Revista CONTATO: revista brasileira de comunicação, arte e educação*. - Ano 1, n. 2 (An / mar 1999). Brasília: Senado Federal, Gabinete do Senador Artur da Távola, 1999, p. 19-74.
- UNESCO. **Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores**. Carolyn Wilson, Alton Grizzle, Ramon Tuazon, Kwame Akyempong e Chi-Kim Cheung. – Brasília, UFTM, 2013.