

## **Análise Folksonômica e de Conteúdo dos Produtos de Jornalismo e Tecnologia Vencedores da Expocom (2010-2014)<sup>1</sup>**

Alessandra de FALCO<sup>2</sup>

Rita PAULINO<sup>3</sup>

Walter LIMA JR<sup>4</sup>

Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, Minas Gerais

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina

Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, São Paulo

### **Resumo**

Este artigo apresenta uma Análise de Conteúdo dos produtos da área de Jornalismo e Tecnologia citados nos artigos vencedores da Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação (Expocom), entre 2010 e 2014, além de uma Análise Folksonômica introdutória sobre o corpus da pesquisa. Foram estudados os termos, métodos e técnicas revelados nos artigos, com atenção especial para as categorias JO07 Produção em Jornalismo Digital e JO08 Site Jornalístico, sendo que os termos revelam usos e tendências. O panorama final mostra as ferramentas e processos em uso no Ensino de Jornalismo Digital no Brasil, como Sistemas Gerenciadores de Conteúdo, e a dedicação ao jornalismo hiperlocal.

**Palavras-chave:** jornalismo; tecnologia; expocom; análise de conteúdo; folksonomia.

### **Introdução**

A Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação (Expocom) premia os melhores trabalhos desenvolvidos por estudantes da área de Comunicação, realizados a partir da orientação de professores nas universidades brasileiras. Estes são vinculados às disciplinas, projetos experimentais e Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs). Dentre os objetivos da premiação estão:

- a. Estimular o desenvolvimento e aprimoramento da pesquisa experimental da área de Comunicação.
- b. Promover o intercâmbio entre as escolas da área de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Curso de Jornalismo da UFSJ, email: [alessandradefalco@ufsj.edu.br](mailto:alessandradefalco@ufsj.edu.br).

<sup>3</sup> Professora do Curso de Jornalismo da UFSC, e-mail: [rcpauli@gmail.com](mailto:rcpauli@gmail.com).

<sup>4</sup> Professor do Curso de Pós Graduação em Comunicação da Metodista-SP, e-mail: [walterteixeiralimajunior@gmail.com](mailto:walterteixeiralimajunior@gmail.com).

Comunicação, professores e estudantes. c. Apresentar à comunidade acadêmica nacional a produção de Comunicação no que se refere à área laboratorial. d. Incentivar as inovações na produção experimental de Comunicação. e. Apresentar ao mercado os novos talentos oriundos da área de Comunicação: jovens, de Norte a Sul, de Leste a Oeste, com ideias criativas e ousadas, verdadeiros protagonistas de uma sociedade em fase de maturidade<sup>5</sup>.

Nesta pesquisa foram estudados os termos, métodos e técnicas citados nos artigos vencedores da Expocom (2010-2014) na modalidade Jornalismo (JO), principalmente, e também de forma geral nas modalidades Rádio, TV e Internet (RT) e Produção Transdisciplinar (PT), considerando as seguintes categorias<sup>6</sup> relacionadas à temática Jornalismo e Tecnologia, totalizando 25 trabalhos:

**Tabela 1 - Categorias vencedoras da Expocom (2010-2014) em Jornalismo e Tecnologia**

Categoria	Descrição	Papers
JO07 Produção em Jornalismo Digital	Produções jornalísticas do ambiente digital, entre elas: reportagens, sites, coberturas, entrevistas, blogs jornalísticos, etc.	5
JO08 Site jornalístico	Esta categoria deixa de existir a partir de 2013.	3
RT05 Produção Audiovisual para as mídias digitais	Produção de programas audiovisuais experimentais especificamente para mídias digitais.	2
RT06 Blog	Produção de blog, contemplando a identidade visual, mensuração da audiência potencial, frequência de atualização e aplicação de recursos multimídia.	5
RT07 Website	Produção de website, com produtos permanentes ou temporários, desenvolvidos para organismos públicos ou privados, devendo contemplar aspectos como identidade visual, mensuração de audiência potencial, frequência de atualização e aplicação de recursos multimídia.	5
PT11 Produção Multimídia	Produção multimídia que se caracteriza pela elaboração de materiais difundidos em pelo menos dois suportes (jornal e revista, por exemplo). Contempla aspectos como interação com o usuário, identidade visual e formas de difusão, dentre outros.	5

<sup>5</sup> Disponível em:

<[http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5400&Itemid=79](http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5400&Itemid=79)>.

Acesso em: 10 jun. 2015.

<sup>6</sup> Disponível em:

<[http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5401&catid=39](http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5401&catid=39)>.

Acesso em: 15 jun. 2015.

Essas categorias, que mudaram conforme o passar dos anos, influenciadas pelos avanços tecnológicos, refletem usos diferenciados de mídias, linguagens, suportes e formatos, apresentando como resultado produtos seriados, regulares ou avulsos. A seleção é realizada em 3 etapas: 1. Local (Instituições de Ensino Superior), 2. Regional (Congressos Regionais de Ciências da Comunicação): sendo escolhidos os 5 melhores trabalhos e 3. Nacional (Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação).

Nas submissões, além do produto, deve ser anexado um paper, objeto deste presente estudo, que “[...] é um texto teórico, de no mínimo 5 e no máximo 10 páginas, relacionado ao trabalho. Deve conter, entre outros, introdução, objetivos, justificativa, métodos e técnicas utilizados, descrição do produto ou processo realizado, considerações e referências bibliográficas [...]”<sup>7</sup>.

Na etapa Regional, as peças são avaliadas por docentes e/ou profissionais indicados de quatro regiões geográficas brasileira - diferentes daquela do trabalho avaliado -, por um júri virtual, além da avaliação da apresentação pelo coordenador da sessão. Na seleção Nacional, por um júri virtual e outro presencial. São considerados como itens para pontuação: a. O experimentalismo. b. A qualidade. c. A relevância social/cultural. d. A consistência teórica do paper e a sua coerência com a respectiva peça. e e. A observância dos princípios éticos.

Ao final, há uma premiação simbólica, mas valorosa para o currículo dos alunos e professores e visibilidade da Instituição de Ensino Superior, sendo todos certificados. A partir deste cenário, foram acessados os papers vencedores da Expocom desde 2010 até 2014<sup>8</sup> e foi feita uma lista denominada de Jornalismo e Tecnologia na Expocom<sup>9</sup> das publicações referentes às categorias especificadas acima, com ano, trabalho (com hiperlink para o paper) e instituição.

---

<sup>7</sup> Disponível em:

<[http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5400&Itemid=79](http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5400&Itemid=79)>.

Acesso em: 10 jun. 2015.

<sup>8</sup> Disponível em:

<[http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2331&catid=39](http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2331&catid=39)>.

Acesso em: 11 jun. 2015.

<sup>9</sup> Disponível em:

<[https://docs.google.com/document/d/13G\\_kbiel6RjFr8peGeCMSAzkOp4T79kH-OgaQxSE7v8/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/13G_kbiel6RjFr8peGeCMSAzkOp4T79kH-OgaQxSE7v8/edit?usp=sharing)>. Acesso em: 11 jun. 2015.

## Metodologia

A partir deste mapeamento, foi utilizada como base metodológica a Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977) com o objetivo de determinar as especificidades dos métodos e técnicas em uso pelos professores e estudantes de Jornalismo do país. Foram estabelecidos como elementos básicos de investigação, os papers vencedores da Expocom que abordam Jornalismo e Tecnologia, sendo que neste artigo - por delimitação de espaço -, focaliza-se nas categorias: JO07 Produção em Jornalismo Digital e JO08 Site Jornalístico.

Aproveitando esta catalogação, uma abordagem folksômica foi realizada para identificar as palavras mais recorrentes nos artigos. A Folksonomia, enquanto nova forma de representação da informação, baseada nas possibilidades que a web oferece, apresenta determinadas especificidades quando se compara seu uso ao das linguagens documentárias e ferramentas tradicionais que representam a informação (SANTANA, 2013).

A Folksonomia também pode ser identificada ou visualizada na web como “Nuvens de tags” ou “Tagging”. O ato de identificar algo com termos tem sido muito utilizado na web de forma colaborativa e pode gerar uma taxonomia da área. Seguindo esta premissa, este artigo identifica novos conhecimentos sobre a tecnologia aplicada ao Jornalismo que está expressada nos produtos e artigos gerados na Expocom.

Para a extração dos termos<sup>10</sup> mais recorrentes foi utilizada uma ferramenta para ler e extrair as palavras<sup>11</sup>, chamada Nuvem de Palavras (Word Cloud), além da Tecnologia Google Visualization API<sup>12</sup>. O interesse nos termos que representam as áreas temáticas da Expocom pode ser visualizado através da ferramenta Google Trends<sup>13</sup> que mapeia tendências de buscas sobre um termo.

---

<sup>10</sup> Termo é uma unidade lexical de significação especializada, que expressa e transfere o conhecimento de caráter especializado. Disponível em: <<https://www.inf.pucrs.br/~linatural/Docs/EAT.pptx>>. Acesso em: 14 jul. 2015.

<sup>11</sup> Palavra: Está associada, na maioria das vezes, ao contexto discursivo em que está inserida, diferentemente do que ocorre com os termos, que se limitam a expressar conceitos específicos. Disponível em: <<https://www.inf.pucrs.br/~linatural/Docs/EAT.pptx>>. Acesso em: 14 junl 2015.

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://vispublica.gov.br/vispublica/publico/crieSeuGrafico/google/wordCloud.jsp>>. Acesso em: 14 jul. 2015.

<sup>13</sup> Disponível em: <<https://www.google.com.br/trends>>. Acesso em: 14 jul. 2015.

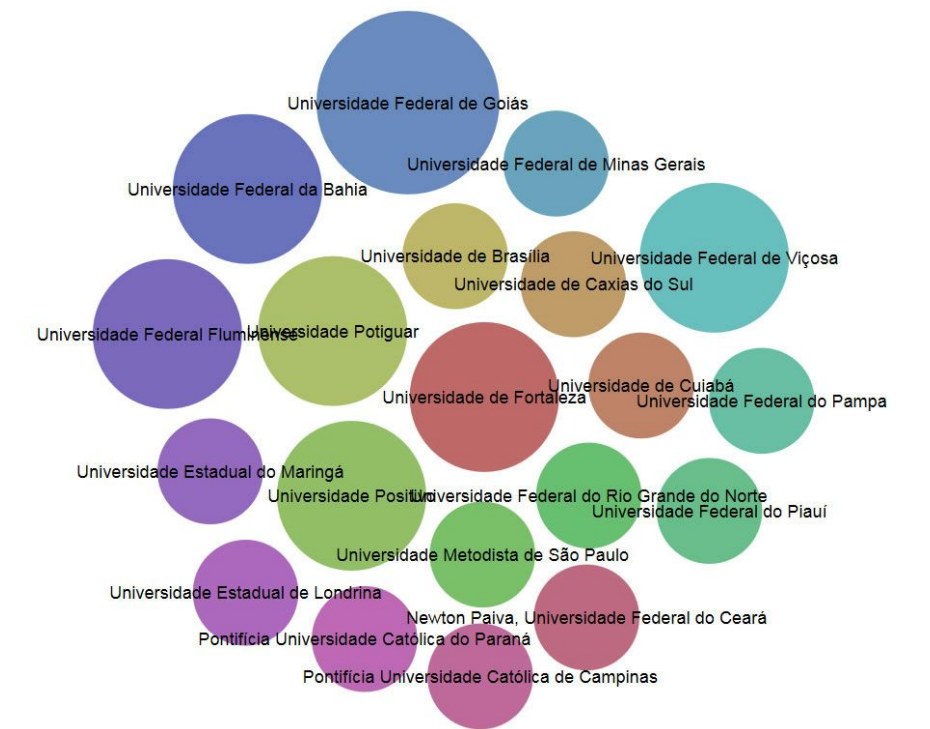
### Análise Folksonômica

Este mapeamento inicial pode servir para identificar palavras com potencial aos termos da área e para dar visibilidade ao que está acontecendo nas categorias vigentes. O mapeamento das palavras também pode apontar tendências para o futuro, como o surgimento de novas áreas e indicar o desuso de termos. No caso da Expocom, pode servir como uma métrica para a escolha de termos mais atuais ou até reflexões sobre o uso de termos sobrepostos.

A Figura 1 apresenta como as Pesquisas Experimentais em Jornalismo e Tecnologia estão espalhados pelo país. O tamanho do círculo indica a proporção de trabalhos vencedores. A Universidade de Goiás foi a que ganhou mais premiações na área digital no período 2010-2014. A Figura 2 apresenta as palavras mais citadas extraídas dos resumos das categorias relacionadas ao Jornalismo Online: JO07 Produção em Jornalismo Digital, JO08 Site jornalístico, RT06 Blog, RT07 Website.

A Figura 3 apresenta as palavras mais citadas extraídas dos resumos das categorias relacionadas à produção Multimídia: RT05 Produção Audiovisual para as mídias digitais e PT11 Produção Multimídia.

**Figura 1 - Pesquisas Experimentais em Jornalismo e Tecnologia por Universidades**



**Figura 2 - Palavras mais citadas extraídas dos resumos das nas categorias relacionadas ao On**

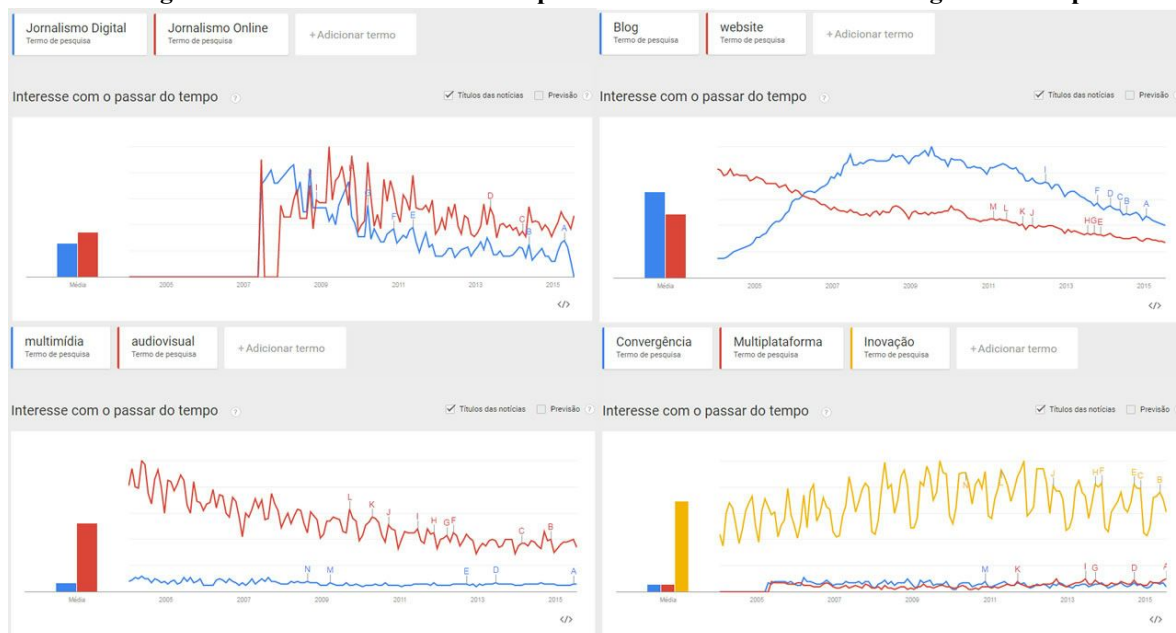


Já a Figura 4 foi gerada a partir dos resumos dos artigos vencedores na categoria PT11 Produção Multimídia, nos anos 2010 a 2014. As palavras identificadas, de maior recorrência, mostram a realidade de um momento, neste sentido não é possível caracterizá-las com termos de uma área, mas sim identificar pistas para formar uma taxonomia de termos da área da Multimídia aplicada ao Jornalismo. Com a visualização em forma de tags é possível verificar a ênfase das palavras candidatas a termos.

Por fim, foi feita a análise apresentada da Figura 5, sendo que os termos pesquisados foram: Jornalismo Digital x Jornalismo Online. O termo Jornalismo Digital apresenta uma linha decrescente de uso ao longo dos anos. O mesmo acontece com o termo Blog, que está sendo migrado para sites, devido a facilidade de uso dos novos Sistemas Gerenciadores de Conteúdo, o que inclui as mídias sociais.



**Figura 5 - Análise das tendências a partir de termos adotados nas categorias da Expocom**



### Análise de Conteúdo

Na categoria JO07 Produção em Jornalismo Digital, em 2010, foi premiado o Trabalho de Conclusão de Curso *Multimeios e Memória: Criação de uma Plataforma Multimeios para a Preservação da Memória Coletiva da Revolta de Trombas e Formoso*<sup>14</sup>, realizado na Universidade Federal de Goiás, sob orientação da Prof. Rosana Maria Ribeiro Borges.

A plataforma multimeios citada contém um acervo audiovisual, documental e textual. Em *Métodos e técnicas utilizados* é destacado que “[...] para a produção do site foi necessária a elaboração de um projeto gráfico-visual, definição dos conteúdos e criação e desenvolvimento” (GONÇALVES et al, 2010, p. 05). Já na *Descrição do produto ou processo* é revelado que: “[...] foi necessário escolher um gerenciador de conteúdo que atendesse ao objetivo do projeto, que conseguisse comportar fotos, texto e vídeo com o máximo de qualidade possível” (GONÇALVES et al, 2010, p. 08).

Não é possível identificar o Sistema Gerenciador de Conteúdo (SGC) utilizado, apenas que este deve possibilitar a incorporação de vários produtos midiáticos convergentes e essa é uma das razões para os autores concluírem que: “O profissional da comunicação

<sup>14</sup> Não foi encontrado online.



contemporânea precisa estar preparado para trabalhar com a interação das diferentes plataformas comunicacionais” (GONÇALVES et al, 2010, p. 09). Outro ponto fundamental, que envolve a importância da web como espaço de resgate à memória política, histórica e social é a digitalização de documentos.

Em 2011, o projeto aprovado nesta categoria foi a revista adaptada para o meio digital *Ponto Final*<sup>15</sup>, realizada por alunos do 3º ano, na Universidade Estadual de Londrina (UEL), sob orientação da Prof. Rosane da Silva Borges, na disciplina Técnicas de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística III. “Com a limitação de recursos intrínseca a produções acadêmicas e o enobrecimento dos meios digitais no espectro de mídias do jornalismo brasileiro, o formato de revista digital desempenhou o papel duplo de solução e motivação para produção dos alunos” (PEREIRA et al, 2011, p. 01).

As 8 edições da revista tiveram 1754 visualizações - média de 220 por edição. A opção digital (em PDF, A4) permitiu a inclusão de hiperlinks e disponibilizar os conteúdos na Internet. Em relação à *Descrição do produto ou processo*, por ser um produto originalmente da tradição do impresso, uma revista, as técnicas e funções praticadas e as fases de produção são as mesmas que seriam empregadas neste.

Os autores confirmam a transposição, afirmando um hibridismo, um veículo com características do meio impresso e digital, mas cuja base está relacionada, principalmente, à falta de recursos financeiros que deveriam ser destinados para a produção do primeiro, em detrimento do segundo. Consideram ainda a possibilidade de tablets para a leitura da revista que se propõe digital.

No vencedor em 2012, o blog experimental da disciplina Laboratório de Jornalismo Online, Tá na Pauta<sup>16</sup>, orientado pela Prof. Marlene Branca Sólito, da Universidade de Caxias do Sul, a escolha da plataforma Wordpress se deu pois esta: “[...] permite o desenvolvimento de um portal de notícias, com divisão de editorias, página de contato e interatividade, arquivo de vídeos e fotos, links para redes sociais, entre outras ferramentas” (CAMARGO et al, 2012, p. 04). A cobertura e divulgação dos eventos também era feita pelas redes sociais, Twitter e Facebook, em sincronia com o portal.

---

<sup>15</sup> Disponível em: <<http://issuu.com/jornalnoturno>>. Acesso em: 16 jun. 2015.

<sup>16</sup> Disponível em: <<http://tanapauta.com.br>>. Acesso em: 18 jun. 2015.

Já em 2013, a categoria deu destaque para o produto intitulado *Museu, a outra sala*, da Universidade Federal do Piauí, orientado pela Prof. Jan Alyne Barbosa e Silva, na disciplina Práticas de Redação II – Webjornalismo, oferecida no 4º semestre. O Sistema Gerenciador de Conteúdo utilizado foi o Storyplanet<sup>17</sup>. O produto: "[...] além de ser critério para a avaliação dos alunos, tem por objetivo inseri-los no contexto de produção de notícias para a web [...]" (SOUSA et al, 2013, p. 02).

“Para a elaboração do produto, foi necessário produzir um roteiro de planejamento, com base no livro de Bradshaw (2013), no qual é possível vislumbrar práticas pedagógicas e colaborativas de produção de conteúdo jornalístico digital” (SOUSA et al, 2013, p. 03). Este projeto cita uma referência bibliográfica específica, e em inglês, como base para os *Métodos e técnicas utilizados*, além de diversas obras citadas de autores que estudam a relação entre Jornalismo e Tecnologia, como: Palacios, Longui, Teixeira, Stevens, Franco, Nielsen, Canavilhas, Salverría, Díaz Noci, Scolari, Jenkins, Negredo.

“Uma das características presentes nesse especial multimídia e hipermídia é a presença de textos concisos, design escaneável e linguagem objetiva” (SOUSA et al, 2013, p. 07). O uso de links e hipertextos também é abordado, voltados para a realidade local/hiperlocal e, tudo isso, a partir do uso de manuais ou tutoriais dedicados ao planejamento e produção de especiais hipermultimidiáticos<sup>18</sup>.

Em 2014, o vencedor foi um projeto experimental de reportagem multimídia sobre a transgeneridade. Transversus<sup>19</sup>, realizado na Pontifícia Universidade Católica de Campinas, sob orientação do Prof. Celso Bodstein, “[...] é um site que se utiliza da linguagem não-linear e da interatividade para que o internauta navegue pelo conteúdo presente em sete perfis de pessoas transgêneras e seis reportagens multimídia [...]” (MORA et al., 2014, p. 01). Foi utilizado o gênero de reportagem 360º que, como define Ormaneze (2012), informa a partir de todos os ângulos de um tema, o que é possível pelo uso de recursos multimídia (fotos, vídeos, áudios, textos etc).

---

<sup>17</sup> Não está mais disponível.

<sup>18</sup> Disponíveis em: <http://onlinejournalismblog.com/2012/08/21/how-to-get-started-as-a-multimedia-journalist> e <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/04/19/crea-tu-propio-especial-multimedia-con-wix>. Acesso em: 18 jun. 2015.

<sup>19</sup> Disponível em: <http://www.transversus.com.br>. Acesso em: 22 jun. 2015.

O jornal colombiano El País<sup>20</sup> é um exemplo de veículo que investe neste gênero, a partir do qual “[...] o leitor pode, a partir de uma tela introdutória sobre um determinado assunto, escolher qualquer percurso de leitura e sobre qual perspectiva temática deseja ter informação, desde reportagens até perfis de personagens” (MORA et al., 2014, p. 06). O projeto baseou seu referencial teórico em autores como Ferrari, Santaella, Lévy e Castells.

Foi escolhido um design que facilitasse a leitura não-linear e a imersão nas imagens, se diferenciado em termos estéticos de portais de notícias, se preocupando com o uso de cores que não definissem gêneros. Segundo Moherdau (2008, p. 07): “[...] a lógica do design gráfico digital é a de que o projeto tem que ser elaborado para ser experimentado e não simplesmente utilizado [...] que exige que a interface seja dinâmica e não uma série de telas estáticas”.

A próxima categoria relacionada à temática Jornalismo e Tecnologia, dentro da modalidade Jornalismo, é a JO08 Site jornalístico, criada em em 2010, mas extinta em 2013. Em 2010, o vencedor foi o webjornal laboratório CuritibaAgora<sup>21</sup>, produzido na Pontifícia Universidade Católica do Paraná, no 3º, na disciplina Jornalismo e Novas Mídias, do Prof. Zanei Barcellos.

O objetivo era a produção noticiosa em tempo real, realizada em 3 dias, seguindo as etapas: “[...] pesquisa e planejamento; treinamento; pré-teste e replanejamento; e execução de produção de notícias 24 horas” (ZANFORMLIM; BARCELLOS, 2010, p. 04). Foi realizada uma pesquisa de opinião que apontou que 56% dos entrevistados têm interesse primordial em notícias locais. No total 59 alunos produziram 218 matérias, sendo 27 multimídia, além de notas.

Em relação aos *Métodos e Técnicas utilizados*, primeiramente, o professor e um Núcleo de Editores, composto por alunos, atua no planejamento, que é apresentado aos demais alunos, estes divididos em repórteres, editores e fotógrafos de editorias específicas, a partir de reuniões. A prática consiste na atualização interrupta do site. Posteriormente, é feita uma avaliação do trabalho. Também foram produzidos dois manuais: “Manual de

---

<sup>20</sup> Disponível em: <<http://www.elpais.com.co/elpais>>. Acesso em: 22 jun. 2015.

<sup>21</sup> Não há referência no paper para o projeto online.

Postagem CuritibaAgora 2009: para repórteres e editores” e “Manual Técnico para Editores”.

Já em 2011, o campeão foi o site noticioso Paute Aqui<sup>22</sup> feito por alunos do Centro Universitário Newton Paiva, reflexo de Trabalho de Conclusão de Curso, que teve como objetivo a produção de textos informativos curtos, de cunho local, para o público-alvo de moradores de Belo Horizonte-MG, na faixa-etária de 16 a 30 anos. Com o propósito de trabalhar o Jornalismo Cidadão, passando diretamente para a população a função de pauteiro: “[...] as pautas enviadas, desde que contivessem informações verídicas, foram produzidas pela equipe de jornalistas, que tiveram o papel de mediadores em relação à checagem das informações fornecidas e à transformação dos dados em um texto [...]” (MARTINS et al., 2011, p. 04-05).

Por fim, o vencedor em 2011 foi o site, Impressão Digital 126 (ID 126)<sup>23</sup>, elaborado em Wordpress e hospedado no UOL Host, sob licença Creative Commons<sup>24</sup>, realizado por alunos do 3º ano da Universidade Federal da Bahia, na disciplina Oficina de Jornalismo Digital, ministrada pela professora Suzana Barbosa. O projeto conta com colaboração de alunos da Pós-Graduação.

O objetivo “[...] é fornecer compreensão acerca dos vários processos que compõem a rotina do jornalismo web: apuração, redação, edição, circulação e disponibilização de conteúdos jornalísticos em meios digitais” (SILVA; TORRES; BARBOSA, 2012, p. 03). O projeto também recebeu conteúdo de outras disciplinas. Para a cobertura online foram utilizadas ferramentas como CoveritLive<sup>25</sup> e Twitter.

As mudanças no layout do site foram estudadas, sugeridas e atualizadas pelos próprios alunos. As produções foram divididas por editorias: Cotidiano, Cultura, Ciência & Tecnologia, Alto-Falante e Especial, para atingir como público os moradores de Salvador-BA. Existem as funções de: editor geral, de páginas, de imagens (fotografias e também vídeo) e revisor, além dos repórteres.

---

<sup>22</sup> Não há referência no paper para o projeto online.

<sup>23</sup> Disponível em: <<http://impressaodigital126.com.br>>. Acesso em: 06 jul. 2015.

<sup>24</sup> Atribuição “Uso não Comercial” e “Partilha nos Mesmos Termos”, conferindo alguns dos seus direitos para uso de outrem, mas somente sob determinadas condições. Mais informações disponíveis em: <<http://creativecommons.org>>. Acesso em: 06 jul. 2015.

<sup>25</sup> Disponível em: <<http://www.coveritlive.com>>. Acesso em: 06 jul. 2015.

A experiência destaca a importância dos manuais, principalmente para os alunos que não têm familiaridade e manejo com os Sistemas Gerenciadores de Conteúdo. O projeto também tem um perfil no Twitter e uma página no Facebook "[...] a fim de aumentar a interação com os leitores e de divulgar o produto nessas redes que são responsáveis por um significativo número de acessos a sites noticiosos" (SILVA; TORRES; BARBOSA, 2012, p. 07).

### **Considerações finais**

Este artigo apresentou os termos, métodos e técnicas aplicados em produtos de Jornalismo e Tecnologia, mais detalhadamente nas categorias JO 07 Jornalismo Digital e JO08 Site jornalístico, vencedores da Expocom (2010-2014), que refletem o estímulo dos docentes na prática na área de Jornalismo e Tecnologia no Brasil. E de forma introdutória e experimental realizou um estudo sobre a Folksonomia da área através da análise dos próprios artigos.

A maioria dos produtos eram sites e blogs, e demonstraram o processo de produção ciberjornalístico, desde apuração, composição, edição, até a publicação e circulação de conteúdos na web. Apenas o trabalho da UEL foi de uma revista digital, que demonstrou um hibridismo - características do meio impresso e digital -, ao mesmo tempo em que justificou a ida para a web por falta de verba.

Todos os projetos alinharam conteúdo com design, ressaltando a importância do aluno compreender o uso dos Sistemas Gerenciadores de Conteúdo - o Wordpress foi o único referenciado -, ferramentas de divulgação (Facebook, Twitter, CoveritLive), plataformas (computadores, tablets) e formatos complementares (texto, áudio, vídeo, foto, infografia), sem perder a criticidade em relação ao conteúdo, nem se afastar da linguagem jornalística.

Destaca-se ainda a importância dos projetos como resgate histórico, desde a política nacional até do cotidiano. Ao mesmo tempo, alguns projetos voltaram-se para a produção de *hard news*, com atualizações periódicas, inclusive em tempo real. Porém, é preciso destacar que, apesar de se tornarem produtos jornalísticos universitários de referência, a maioria das produções foi descontinuada após a participação na Expocom.

A maioria dos produtos foi elaborado em Trabalhos de Conclusão de Curso; outros em disciplinas proferidas no 3º ano dos cursos de Jornalismo, relacionadas à temática Jornalismo e Tecnologia, sendo elas com diferentes nomenclaturas: Técnicas de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística III (UEL), Laboratório de Jornalismo Online (UCS), Práticas de Redação II – Webjornalismo (UFPI-disciplina oferecida no 2º ano), Jornalismo e Novas Mídias (PUC-PR), Oficina de Jornalismo Digital (UFBA).

Foi nítido em alguns papers a importância da relação entre teoria e prática, assim como da distribuição e troca de funções/atividades, relacionadas desde o planejamento até a divulgação, entre os alunos, assim como a referenciação a editorias específicas - algumas até criadas de acordo com o produto. Apesar de não ter sido muito abordado, alguns experimentos revelaram o uso de equipamentos e softwares nem sempre disponíveis nas Instituições de Ensino Superior, mas muitas vezes adquiridos pelos próprios alunos.

Por fim, foi revelado ainda a criação e uso de tutoriais e manuais para dar suporte às práticas de jornalismo digital pelos alunos, além do forte viés para a cobertura local/hiperlocal, tanto pelas condições de proximidade dos estudantes com os fatos, quanto pela tendência mundial de voltar a notícia para a geolocalização, aproximando cada vez mais o público de sua própria realidade, a partir da contextualização regional e global.

### Referências bibliográficas

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Editora Edições 70, 1977.

BRADSHAW, P. P. **Stories and streams**. Teaching collaborative journalism using peer based learning. Leanpub, 2013. Disponível em: <<https://researchjournalist.files.wordpress.com/2013/01/stories-and-streams.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2016.

CAMARGO, M. et al. Tá na Pauta. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIX Prêmio Expocom 2012 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação**. 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/expocom/EX30-1020-1.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2015.

GONÇALVES, G. M. et al. Multimeios e Memória: Criação de uma Plataforma Multimeios para a Preservação da Memória Coletiva da Revolta de Trombas e Formoso. **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVII Prêmio Expocom 2010 - Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação**. 2010. Disponível em: <[https://www.academia.edu/5147846/Multimeios\\_e\\_Mem%C3%B3ria\\_Cria%C3%A7%C3%A3o](https://www.academia.edu/5147846/Multimeios_e_Mem%C3%B3ria_Cria%C3%A7%C3%A3o)>

[de uma Plataforma Multimeios para a Preserva%C3%A7%C3%A3o da Mem%C3%B3ria Coletiva da Revolta de Trombas e Formoso 1](#)>. Acesso em: 16 jun. 2015.

MARTINS, T. et. al. CRIAÇÃO DO SITE PAUTE AQUI E A RELEITURA DA HIPÓTESE AGENDA SETTING: Nova ordem de agendamento para o usuário. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XVIII Prêmio Expocom 2011 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação**. 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/expocom/EX24-1100-1.pdf>>. Acesso em: 06 jul. 2015.

MOHERDAUI, L. **Em busca de um modelo de composição para os jornais digitais**. São Paulo: Contemporânea, 2008.

MORA, A. C. et al. Transversus: projeto experimental de reportagem multimídia 360° sobre a transgeneridade. **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVII Prêmio Expocom 2014 - Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação**. 2014. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/expocom/EX43-0816-1.pdf>>. Acesso em: 22 jun. 2015.

ORMANEZE, F. Jornalismo na internet: reflexões sobre transmídia e reportagem 360° como propostas de produção. In: JUNQUER, Â. et al. **Novas competências na sociedade do conhecimento**. Campinas: Leitura Crítica, 2012, p. 73-80.

PEREIRA, G da S. et al. Ponto Final. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XVIII Prêmio Expocom 2011 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação**. 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2011/expocom/EX25-0169-1.pdf>>. Acesso em: 16 jun. 2015.

SILVA, M. M. de; TORRES, V.; BARBOSA, S.. Impressão Digital 126: Uma Experiência Laboratorial de Jornalismo Hiperemídia. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIX Prêmio Expocom 2012 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação**. 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/expocom/EX32-0583-1.pdf>>. Acesso em: 06 jul. 2015.

SANTANA, Glessa Heryka Celestino de. A folksonomia como modelo emergente da representação e organização da informação. **Rev. digit. bibliotecon. cienc. inf.**, Campinas, SP, v.11, n.3, p.72-92, ago/nov. 2013. Disponível em: <<http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci>>. Acesso em: 14 jun. 2015.

SOUSA et al. Especial Multimídia e Hiperemídia “MUSEU, A OUTRA SALA”. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XX Prêmio Expocom 2013 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação**. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/expocom/EX37-0927-1.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2015.