

Quatro caminhos para a informação: Hub – Agência de Jornalismo Multiplataforma¹

Rafael Reggiani de MORAES²
Paulo Pinheiro GOMES JÚNIOR³

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Sul), Porto Alegre, RS

RESUMO

A *Hub ESPM* é uma agência experimental de jornalismo multiplataforma dividida em quatro áreas – a *HubNews*, a *Hub Comunicação Corporativa*, a *Hub Conteúdo* e a *Hub Social*. Proporciona vivências nas mais distintas áreas do jornalismo para que os alunos-membros se familiarizem com o cotidiano do mercado de trabalho. Em funcionamento desde agosto de 2014, atua junto a clientes internos e externos ao meio acadêmico. A *Hub* é fruto de uma atividade laboratorial anterior, o *Portal de Jornalismo*, premiado na *Expocom Sul 2014*.

PALAVRAS-CHAVE: Hub; Agência Experimental de Jornalismo; Comunicação; Multiplataforma; ESPM-Sul.

1 INTRODUÇÃO

A profissão do jornalismo vem sofrendo alterações durante os últimos anos, em particular, desde o advento da Internet e da popularização das plataformas móveis e das redes sociais. “O DNA da informação mudou, é preciso mudar o DNA dos jornalistas”, enfatiza Ramonet (2012, p. 16). Os jornalistas não são mais os únicos donos da informação e devem estar cada vez mais abertos às tecnologias, onde novos espaços e perfis são formados. Os “*web-atores*” (RAMONET, 2012), figuras amadoras atuantes em contexto digital contribuem nos processos de produção de notícias e conteúdo, complementando-as ou corrigindo-as.

[...] a informação não circula mais como antes [...] Tornada imaterial, ela se apresenta agora sob forma de um fluído, que circula em segmentos abertos da internet quase à velocidade da luz... A banda larga e a web 2.0 permitem aos “*web-atores*” completar cada informação, acrescentando a ela uma maior precisão, um comentário, uma citação, uma foto ou um vídeo, num trabalho de inteligência coletiva (RAMONET, 2012, p. 17).

Significa dizer que a prática jornalística passa a ser desafiada pelos avanços na área da tecnologia e necessita ser reconstruída e reinventada. Envolvido nesse ambiente de mudança de paradigmas, incertezas e da ascensão da web como meio de comunicação,

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Jornalismo, modalidade JO 01 Agência Jr de Jornalismo.

² Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso Jornalismo da ESPM-Sul email: rafaelregmoraes@gmail.com

³ Orientador do trabalho (*HubNews*). Professor do Curso Jornalismo da ESPM-Sul, email: ppinheiro@espm.br

surtem novas possibilidades de atuação para além do ambiente da redação: agências de conteúdo, organizações comunicacionais e assessorias de comunicação e de pesquisa, evidenciando a interdisciplinaridade que existe no jornalismo atualmente. Novos meios e formatos de se produzir notícia aparecem junto aos novos locais de trabalho.

Adaptando-se a essas tendências, ao imediatismo da profissão e estimulando a produção de conteúdo multiplataforma, a ESPM-Sul resolveu ajustar-se a estas reconfigurações do mercado e proporcionar práticas profissionais diversificadas desde os primeiros semestres do curso. Através da agência experimental *Hub ESPM*, a escola oferece infraestrutura para que os alunos tenham contato com as diversas áreas da profissão e vivenciem a rotina jornalística o mais cedo possível.

A *Hub ESPM* é dividida em quatro áreas: a *HubNews*, que incorpora o ambiente de redação e se responsabiliza pela cobertura de eventos noticiosos dentro e fora do campus; a *Hub Comunicação Corporativa*, similar a uma agência de comunicação organizacional, que lida com relacionamentos com a mídia e assessoria de imprensa, gestão de canais de comunicação e comunicação na gestão de crise; a *Hub Conteúdo*, que produz conteúdos aprofundados em projetos específicos, sob forma de documentários, grandes reportagens e conteúdos específicos; e, por último, a *Hub Social*, focada na produção de projetos para fins sociais e não lucrativos de clientes externos, como Organizações Não Governamentais (ONGs). A *Hub ESPM* funciona das 14h às 18h, no subsolo do Prédio C da ESPM, av. Guilherme Schell, 268, em Porto Alegre.

Na prática, a agência oportuniza a ampliação da atuação profissional dos alunos do Curso de Jornalismo por meio de uma diversidade de atribuições e vagas que contemplam sua estrutura: Chefe de Reportagem, Editor e Repórteres (*HubNews*); Gerente de Comunicação, Analista de Comunicação e Assessor de Comunicação (*Hub Comunicação Corporativa*); Editores e Repórteres (*Hub Conteúdo*); Analista de Responsabilidade Socioambiental e Assessor de Responsabilidade Socioambiental (*Hub Social*).

Além disso, a *Hub ESPM* abre vagas para alunos de outros cursos da área da comunicação e do marketing, cujas atividades completam e complementam uma agência de Jornalismo. Quatro novos cargos foram criados no último processo seletivo: diretores de Marketing, de Comunicação, de Recursos Humanos e Financeiro. Eles entraram para a equipe da agência em abril de 2014. O novo organograma da agência, além de dar conta da área da atuação multifacetada dos jornalistas, aproxima áreas profissionais administrativas dos demais laboratórios da ESPM-Sul.

Vale ressaltar que a *HubNews* e a *Hub Comunicação Corporativa* representam a evolução do antigo *Portal de Jornalismo* e da *Interface Comunicação Corporativa*. Juntos à área de Conteúdo e Social, os laboratórios passaram a atuar de forma integrada desde agosto de 2014. O desenvolvimento do *Portal de Jornalismo* ocorreu simultaneamente ao início do curso da ESPM-Sul, em 2011, oportunizando que as primeiras turmas do curso vivenciassem um cotidiano semelhante ao mercado.

2 OBJETIVO

O objetivo da *Hub ESPM* – Agência de Jornalismo Multiplataforma é aproximar o ambiente acadêmico ao mercado de trabalho por meio da produção de conteúdo e notícias tanto para a televisão e rádio, quanto para a web. A ideia é que o aluno passe por todas as áreas dentro da profissão, e já comece a traçar o seu caminho no mercado de trabalho. É estimulada a prática de todas as novas funções do jornalista, desde atuações organizacionais ou sociais, até a utilização de aplicativos, mídias sociais e gerenciamento de sites.

É no sentido de promover a experiência em múltiplas plataformas e formatos que a *Hub ESPM* desenvolve suas atividades, para que o aluno, amplie sua produção nas diferentes mídias, e tenha contato com várias áreas do jornalismo. A generalização das ferramentas e aplicativos que vem tomando conta do mercado está provocando uma “remodelação do jornalismo” (MAGNONI; AMÉRICO, 2007, p.11). Por isso, na agência, o aluno produz, edita, se comunica com os públicos e aprende dinâmicas da prática antes de ingressar no mercado de trabalho. Através de parcerias com veículos externos e clientes reais, os quatro eixos objetivam levar o acadêmico à vivência ampliada das práticas da profissão, lidando com as dificuldades e imprevistos da carreira jornalística.

3 JUSTIFICATIVA

Agências juniores são fundamentais para a carreira de qualquer profissional da área de comunicação, não somente do jornalismo. O aluno tem os primeiros treinamentos profissionais, simulando o mercado no próprio meio acadêmico. É um ambiente para se especializar e agregar conhecimentos de práticas que serão úteis no futuro, quando o aluno ingressar no mercado de trabalho.

A Empresa Júnior dá oportunidade aos jovens universitários de colocar em prática os mais modernos ensinamentos divulgados em suas universidades. [...] A Empresa Júnior constitui um espaço onde se aprende o voluntarismo, a iniciativa e a criatividade, a responsabilidade para executar um projeto e apresentar resultados concretos. A Empresa Júnior

abrange a concorrência, a negociação comercial e está atuando num mercado competitivo. [...] dando uma nova dimensão à formação negligenciada nos cursos superiores (MATOS, 1997, p. 14).

A *Hub ESPM* – Agência de Jornalismo Multiplataforma foi constituída por considerar a importância das agências experimentais e mudanças no cenário da comunicação e do jornalismo, cada vez mais de caráter multifacetado e multiplataforma. Conforme Magnoni e Américo (2007, p.12), o “processo de comunicação dos novos meios digitais on-line agrega para os profissionais da informação e para todos os usuários a mobilidade, a difusão e a recepção multilateral de qualquer tipo de mensagem particular, noticiosa ou comercial”.

As novas áreas criadas provêm dos avanços e das descobertas das novas facetas da profissão. O diferencial da *Hub* indicado no nome, traduz a proposta de convergir situações, vivências e práticas. Ela contempla fundamentalmente as coberturas de texto, foto e vídeo, mas exige também o gerenciamento de sites e redes sociais até a cobertura de eventos via *Twitter* ou *Facebook* e, ainda, gravações de *podcasts*.

Um jornalista completo produz conteúdo para todas as plataformas disponíveis e estimula pautas que importam à sociedade, não somente a sua carreira ou veículo. Tomando Ramonet (2012, p. 17), o “jornalismo sem fins lucrativos (*nonprofit news*) financiado por mecenas, fundações ou doações feitas por cidadãos (*crowdfunding*) que não desejam o desaparecimento da informação independente” é um dos pilares da democracia hoje.

Vale destacar que os projetos, reportagens, clientes e pautas vivenciados na *Hub ESPM* são os mesmos daqueles existentes nos grandes veículos e agências, o que representa uma vantagem para os alunos-membros da *Hub ESPM*, visto que eles se deparam com situações reais que exigem a tomada de decisões profissional no dia a dia. Além disso, existe uma consciência histórica sobre a necessidade dos laboratórios serem espaços fundamentais para a pesquisa, treinamento e reprodução das práticas jornalísticas, portanto, a *Hub ESPM* trabalha em parceria com grandes veículos estaduais para promover a experimentação e a divulgação de seus alunos no mercado o mais cedo possível.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Cada um dos eixos da agência *Hub ESPM* desenvolve um conjunto de métodos e técnicas para o desenvolvimento de seus trabalhos, aprimorando o repertório de recursos profissionais dos estudantes. Entre as principais ferramentas, estão a pesquisa e a entrevista, visando à comunicação e o lado humano dos envolvidos. “Se quisermos aplacar a

consciência profissional do jornalista, discuta-se a técnica da entrevista; se quisermos trabalhar pela comunicação humana, proponha-se o diálogo”, segundo Medina (1986, p. 5).

Vale enfatizar que a agência *Hub ESPM* trabalha com a produção de conteúdo digital para sites e diferentes plataformas, além de promover o gerenciamento de páginas em redes sociais como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, já que o jornalismo digital vem se tornando um dos principais meios para se disponibilizar notícias. O material produzido em qualquer um dos meios multiplataforma é disponibilizado no portal da agência⁷. Nas coberturas jornalísticas realizadas em conjunto com o mercado, os trabalhos alimentam diferentes plataformas desses veículos.

Segundo Ramonet (2012, p. 19), as atividades de comunicação e do jornalismo se ampliam devido à diversidade de suportes e ao fato de que a informação não circula mais em sentido único. Assim, são criados novos canais de comunicação, com a fragmentação da produção: diversas áreas, editorias e organizações possuem site próprio e páginas nas redes sociais. E foram as redes sociais e a mobilidade do ambiente digital que mais desafiaram a realidade profissional do jornalismo a se reconfigurar. O jornalista deve tratar as novas tecnologias como uma aliada, aproveitando-as para reforçar e expandir suas redes. Nesse viés, foram criados perfis nas redes sociais para os principais setores da *Hub*, como: perfil *@hubnews_sul* no *Twitter*, atualizado frequentemente e seguido por dois dos maiores veículos de Porto Alegre (a *Zero Hora*, com 530.000 seguidores; e o *Jornal do Comércio*, com 33.200 seguidores) e por agências de conteúdo locais, como *Cartola*.

Os alunos-membros recebem treinamentos de texto jornalístico, captação de imagens, fotografia, texto criativo, pauta, gerenciamento de sites e produção em televisão no início de cada semestre, por meio de um acompanhamento de professores e profissionais qualificados dentro de cada plataforma desenvolvida pela agência: web, TV, fotojornalismo, câmera etc. Isto gera a oportunidade de aprendizado do conhecimento técnico, antes mesmo de passar pelas disciplinas específicas do curso. Os trabalhos e reportagens são editados pelas ferramentas da edição de vídeos no *Adobe Premiere Pro CS6*, edição de fotos no *Adobe Photoshop CS6*, edição de áudio do *Adobe Audition CS6* e edição de peças no *Adobe Illustrator CS6*, além da utilização das ferramentas do pacote da *Microsoft Office*. As coberturas via *Twitter* são feitas através do aplicativo *CoveritLive*⁸ e ficam disponibilizadas no portal da *HubNews*.

⁷ Endereço eletrônico da *Hub ESPM* <<http://hub.espm.br>>

⁸ Plataforma de mídia social que permite que empresas, indivíduos e organizações compartilhem suas notícias ao que publicam de forma simultânea, como uma cobertura “minuto a minuto”. Endereço eletrônico:

Os alunos são selecionados para a Agência Experimental através de uma prova de atualidades, português e de informações sobre as diferentes áreas da profissão, desenvolvida pelos próprios professores coordenadores da *Hub*. Após a seleção, os estudantes aprovados assinam um termo de atividade não-remunerada com validade acadêmica complementar (e certificado) por seis meses. Após o período, os alunos podem renovar o contrato ou solicitar transferência para outra unidade.

5 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

Como já destacado anteriormente, a Agência de Jornalismo Multiplataforma da ESPM-Sul é focada tanto na cobertura cotidiana das atividades da ESPM quanto em atividades externas para produção de conteúdo jornalístico, veiculado no portal da *Hub ESPM* e em outros canais parceiros. Por meio dos quatro pilares – *HubNews*, *Hub Comunicação Corporativa*, *Hub Conteúdo* e *Hub Social* –, ao longo do ano de 2014 e no início de 2015, os alunos realizaram diversas atividades, conforme relato abaixo, tomando cada uma das áreas.

5.1 HubNews

A *HubNews* dedica-se às coberturas de eventos externos e internos ao ambiente acadêmico. Coordenada pelo professor Paulo Pinheiro, a agência segue uma dinâmica e rotina semelhantes às redações, que prioriza o *hardnews*. Entre as principais coberturas realizadas em 2014, destacam-se:

- Cobertura das Eleições Presidenciais e pleito da direção de times estaduais

Durante o dia de votação para a presidência da república brasileira, em 2014, e no dia do pleito para a direção dos clubes dos times de futebol *Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense* e *Sport Club Internacional*, os alunos realizaram a cobertura dos eventos junto a *Rede Bandeirantes de Rádio e Televisão*. Participaram da produção e ficaram responsáveis pela entrega de um relatório da concorrência das outras rádios que também estavam acompanhando a movimentação das urnas. De 30 em 30 minutos, o relatório era enviado às equipes de produção de diferentes plataformas do Grupo *Band*.

Nas eleições dos diretores dos times gaúchos, realizaram a apuração dos votos e entraram regularmente, ao vivo, na rádio *BandNews FM (99,3)* durante essa apuração com informações sobre a boca de urna. As duas coberturas foram supervisionadas pelo produtor Simon Bianchini.

- Cobertura da Expointer⁹

Em parceria ao *Jornal do Comércio*, os membros da *HubNews* realizaram a cobertura da feira de agronegócios de uma maneira inovadora: contando histórias dos diferentes expositores, por meio da redação de perfis. O resultado pode ser conferido em um site próprio, criado junto ao veículo: <<http://jcrs.uol.com.br/personagensdafeira/>>. Os trabalhos foram acompanhados pelo editor do site do *Jornal do Comércio*, Paulo Serpa Antunes, e ganharam uma chamada da cobertura na versão impressa da publicação.

- Cobertura II Simpósio Nacional de Rádio¹⁰

As diferentes áreas da *Hub* se juntaram para criar um site próprio para o evento. A *HubNews* ficou responsável pela editoria de notícias e o abastecimento jornalístico do site. Foram realizadas coberturas via *Twitter*, galerias de fotos e matérias em texto, áudio e vídeo, disponibilizadas online¹¹.

- Cobertura da Tarde em Pauta com os candidatos ao Governo do RS¹²

No evento que teve como objetivo discutir os principais desafios para o desenvolvimento do Estado, a *HubNews* realizou cobertura completa, com matéria em texto e vídeo, divulgação via *Twitter* e galeria de fotos. Foi uma grande oportunidade para os alunos entrevistarem e ouvirem as propostas de figuras importantes da política local, que farão parte de suas rotinas no mercado de trabalho.

- Cobertura 9ª Noite de Prêmios ESPM-Sul¹³

Como ocorre desde a criação do curso de Jornalismo, a agência realiza a cobertura completa do evento. Em 2014, os alunos entrevistaram os campeões das 30 categorias e produziram material em texto, foto e vídeo. A matéria principal¹⁴ resultou em mais de 1.350 acessos e bateu o recorde de visualizações durante o ano.

5.2 Hub Comunicação Corporativa

A *Hub Comunicação Corporativa* dedica-se ao desenvolvimento do mercado da comunicação em organizações de diferentes setores, por meio da articulação de estratégias eficientes para relacionamento com os públicos e eventos externos e internos. Como nos

⁹ Feira agropecuária de destaque nacional e internacional, realizada no Parque de Exposições Assis Brasil, na cidade de Esteio, RS. É considerada a maior feira de exposição de animais da América Latina.

¹⁰ Organizado pelo curso de Jornalismo e pelo Núcleo de Estudos em Jornalismo, NEJOR, da ESPM-Sul, realizada nos dias 4 e 5 de novembro de 2014. O evento faz parte da programação anual do GP Rádio e Mídias Sonoras da Intercom, e contou com a presença de pesquisadores, profissionais, professores e estudantes envolvidos em radiojornalismo.

¹¹ <<http://hubnews.espm.br/coberturas/simposio-nacional-de-radio>>

¹² Candidatos ao governo do Rio Grande do Sul, nas eleições de 2014, José Ivo Sartori (PMDB) e Tarso Genro (PT) participaram de um debate político realizado pela Agenda 2020, no Hotel Plaza São Rafael, em Porto Alegre.

¹³ O evento foi realizado no dia 23 de outubro de 2014, com o objetivo de destacar os melhores trabalhos acadêmicos realizados pelos alunos da escola no segundo semestre de 2013 e no primeiro semestre de 2014.

¹⁴ <<http://hubnews.espm.br/coberturas/noite-de-premios/699-noite-de-premios-destaca-talentos-lapidados-da-espm-sul>>

demais eixos, os participantes em treinamento desenvolvem projetos com rigor técnico e metodológico. Coordenada pela professora Rosângela Florczak, a agência segue uma dinâmica e rotina semelhantes a uma organização comunicacional. Entre as principais atividades realizadas em 2014, destacam-se:

Dentro da escola, a agência prestou serviços de assessoria de imprensa (para o *Espaço Cultural ESPM*), de gestão de canal de comunicação externa (para a *Incubadora I-Lab*) e de criação e gerenciamento de sites e mídias sociais, além dos serviços de organização de eventos e agendamento de entrevistas, palestras e workshops (para o *II Simpósio Nacional de Rádio* e a *Semana do Jornalista*). Fora do meio acadêmico, a *Hub Comunicação Corporativa* atendeu: a) a Associação Brasileira de Terapeutas Ocupacionais (ABRATO), desenvolvendo planejamento de comunicação, trabalho de assessoria de imprensa e gerenciamento de mídias sociais e b) a *Citae.vc*, com serviços de planejamento de comunicação, revisão de site e mídias sociais e assessoria.

5.3 Hub Conteúdo

A *Hub Conteúdo* dedica-se à produção e organização de informações para documentários de rádio e televisão, conteúdos especiais para web e grandes reportagens para clientes internos e externos. Coordenada pela professora Karine Vieira, a agência segue uma dinâmica e rotina semelhantes a uma agência de conteúdo. Entre as principais atividades realizadas em 2014, destacamos:

- Projeto “*Moda, Modos & Sustentabilidade*”

Produção e edição de uma série de reportagens em torno da abordagem geral da sustentabilidade, moda e beleza. A primeira reportagem sobre ecomoda no Rio Grande do Sul foi publicada em 20 de novembro de 2014 no *Portal Fashion RS* (<http://fashionrs.com.br/>), parceiro da *Hub ESPM*, sob o título: “A moda ecológica no Estado: vantagens, desafios e perspectivas”¹⁵.

- Projeto “*Quem Não Se Vê*”

Produção e edição de uma série de quatro episódios sobre tipos de invisibilidade social ou exclusão, com o objetivo de dar voz a pessoas e grupos que acabam por não ter espaço nos veículos tradicionais. Dois episódios foram concluídos, um deles sobre o anarquismo, e outro sobre ocupações urbanas em Porto Alegre. O primeiro resultou no programa piloto: “*Como votam os anarquistas?*”, produzido em setembro de 2014.

¹⁵ Disponível em: < <http://fashionrs.com.br/2014/11/17/a-moda-ecologica-no-estado-vantagens-desafios-e-perspectivas/> >

5.4 Hub Social

Dedica-se à produção de projetos com a aplicação das ferramentas de gestão e comunicação, para fins sociais e não lucrativos, a clientes externos do setor 2.5 e Terceiro setor. Coordenada pela professora Ana D’Amico, a agência assume a responsabilidade nos processos sociais, atuando como elo entre a Instituição de Ensino e as comunidades. A *Hub Social* estabelece contato próximo com diversos públicos externos, como governos, empresas privadas e Organizações da Sociedade Civil, ouve as comunidades, identifica as questões de interesse dos cidadãos e tenta responder a suas demandas. Dentre os parceiros de hoje estão as empresas do setor 2,5 *Da Mathias* e *Return* e a *ONG Canta Brasil*, na qual os alunos desenvolvem projetos de cunho social, ambiental e cultural com o foco na comunicação corporativa.

A *Hub Social* também possui projetos próprios os quais beneficiam diretamente os alunos de jornalismo, como visitas a instituições sociais e escolas de ensino fundamental, visando interações com realidades diferentes, além de ajudar na formação de profissionais com consciência sócio responsável. Tais iniciativas fazem parte do projeto *Aprendiz de Jornalista*, onde os alunos visitaram a *Escola Gabriela Mistral*, vizinha a ESPM, no dia 9 de abril de 2015 para gravar depoimentos das crianças sobre o que representa o ensino em suas vidas e como veem o ambiente escolar.

A Agência Experimental passou a promover oficinas sobre as diferentes áreas da profissão para os alunos da escola, em abril de 2015. Um total de seis oficinas vão ser ministradas até o dia 1º de junho. Este projeto envolve não somente a *Hub Social*, mas também as demais *Hubs* desenvolvendo um trabalho interdisciplinar e integrativo.

Em outra atividade, no dia 11 de Abril de 2014, os alunos visitaram a *INAMEX, Instituto de Amparo ao Excepcional*, onde desenvolveram ações de integração e descontração com as crianças, adolescentes e adultos da instituição. Atividades como pintar as unhas e danças com os residentes do Instituto aconteceram.

5.5 Interação com outras Empresas Juniores

A interação que a *Hub ESPM* promove entre as empresas juniores dentro do ambiente escolar da ESPM-Sul também é algo a se destacar. O layout do site da *HubNews* foi produzido em parceria à *Co.De*, agência experimental do curso de Publicidade e Propaganda da escola. Além disso, a agência realiza a cobertura dos grandes eventos de premiação ou divulgação das outras juniores, como a *Empresa Jr.* e a *Global Jr.*, dos cursos de Administração e Relações Internacionais da escola.

6 CONSIDERAÇÕES

Com a fragmentação da audiência, a descentralização das notícias no jornalismo tradicional e a interdisciplinaridade característica dos processos de comunicação, a ESPM-Sul, através da *Hub ESPM*, reformulou os processos de aprendizagem dos alunos de jornalismo. Todo o conteúdo produzido visa à interdisciplinaridade e à característica multiplataforma. Os alunos trabalham com o manuseio de câmeras fotográficas, câmeras de TV, microfones, mesa de rádio, *aplicativos* para *smartphones*, mídias sociais, gerenciamento de sites, além do tradicional bloco de papel e caneta.

No ano de 2014, o curso de jornalismo da ESPM-Sul foi avaliado com a nota máxima pelo MEC (5), e a faculdade conta com mais de 80% de empregabilidade e alunos em estágios ou projetos científicos, um reflexo do trabalho da agência que o curso disponibiliza. Além disso, a *Hub* cresceu em termos de estrutura e, também, visibilidade nos últimos anos: só o portal *HubNews* obteve mais de 22.000 acessos em março 2015.

De acordo com Primo (2013, p. 264), “[...] há uma mudança na relação oferta-demanda entre jornalistas/veículos e colaboradores”, o que gerou uma mobilização da escola para a melhoria do curso e das instalações. A profissão deve sempre se adaptar às evoluções, sobretudo em relação às inovações tecnológicas, práticas culturais e padrões de comportamento. Assim, a *Hub ESPM* e seus quatro pilares da comunicação acreditam contribuir para a formação qualificada de futuros jornalistas, adaptados e aptos a enfrentar os desafios de informação da profissão. Vale dizer que algumas barreiras encontradas no meio jornalístico têm sido vencidas já na faculdade, em ambientes como a *Hub ESPM*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo**: Das mídias de massa à massa de mídias. São Paulo: Publisher Brasil Editora LTDA, 2012.

MAGNONI, Antônio Francisco; AMÉRICO, Marcos. **O uso de dispositivos móveis para o ensino de jornalismo**. 10o Encontro Nacional de Professores de Jornalismo, 2007. Disponível em: <<http://www.fnnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php?id=16&cf=1>> Acesso em 12 março de 2014.

MATOS, Franco de. **A Empresa Júnior no Brasil e no Mundo**. São Paulo: Editora Martin Claret LTDA, 1997.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Livro Entrevista** - O diálogo possível. São Paulo, Editora Ática S.A., 1986.

PRIMO, Alex. **Interações em Rede**. Porto Alegre: Editora Meridional LTDA, 2013.