

Hub ESPM – A Formação Jornalística Multiplataforma a partir da Integração Academia/Mercado¹

Amanda XAVIER²
Ana Carolina de MELO³
Karine Moura VIEIRA⁴

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Porto Alegre, RS

RESUMO

A Hub ESPM é a agência experimental multiplataforma do curso de Jornalismo da ESPM-Sul. Atendendo todas as áreas de formação e possível mercado para os futuros jornalistas, a agência atua em quatro áreas: News, Conteúdo, Comunicação Corporativa e Social. Criada em agosto de 2014, a agência proporciona aos alunos o conhecimento e a experiência das diferentes áreas que envolvem a profissão, por meio de projetos que estimulam o desenvolvimento para além da sala de aula, com experiências reais de trabalho, de forma integrativa entre academia e mercado. São estabelecidas parcerias com clientes internos, como a própria ESPM, e externos, como Jornal do Comércio, Grupo Bandeirantes e GNC Cinemas, entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: Formação do Jornalista; Hub ESPM; Agência Experimental; Jornalismo Multiplataforma

1 INTRODUÇÃO

O consumo de informação vem sendo alterado com o desenvolvimento tecnológico e a evolução de canais de comunicação na web e os meios de comunicação e o Jornalismo acompanham esse processo se adequando às novas plataformas. As mudanças são vistas, principalmente, na atuação do profissional que, além de cada vez mais ter que aprender a produzir conteúdo multiplataforma, assume papéis de curador e organizador da informação, a partir de suas práticas e saberes. O jornalista já não é mais o único provedor de

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, modalidade JO01 Agência Jr. de Jornalismo.

² Estudante de graduação do 3º semestre do curso de Jornalismo da ESPM-Sul, e-mail amandaxavies@gmail.com

³ Estudante de graduação do 3º semestre do curso de Jornalismo da ESPM-Sul, e-mail acm.anamelo@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da ESPM-Sul, e-mail: karinemourav@gmail.com

informação, os “web-atores”, como define Ramonet (2012), são figuras amadoras que contribuem na produção de notícias e conteúdo em meios digitais, seja complementando-as ou corrigindo-as. O sociólogo Dominique Wolton chama atenção para a grande oferta de informação nas novas tecnologias de comunicação, e afirma que essa massa de informação exige cada vez mais a atuação do profissional na filtragem e validação desses conteúdos.

A Rede pode dar acesso a uma massa de informações, mas ninguém é um cidadão do mundo, querendo saber tudo, sobre tudo, no mundo inteiro. Quanto mais informação há, maior é a necessidade de intermediários – jornalistas, arquivistas, editores, etc – que filtrem, organizem, priorizem. Ninguém quer assumir o papel de editor chefe a cada manhã. A igualdade de acesso à informação não cria igualdade de uso da informação. Confundir uma coisa com a outra é tecno-ideologia (WOLTON, 1999).

Os avanços na tecnologia exigem mudanças na prática jornalística, fazendo com que essa seja reconstruída e reinventada, ainda na formação dos futuros jornalistas. Segundo Bertocchi (2010), o novo campo do Jornalismo está sofrendo impacto de diversas formas: as empresas jornalísticas que buscam processos comunicativos eficazes em meios digitais; a participação dos “usuários-produtores”; e a formação de jornalistas digitais críticos. A partir da ascensão da web como meio de comunicação e da reformulação da profissão, surge novas possibilidades de se fazer Jornalismo para além das redações: agências de conteúdo, assessorias de comunicação e de pesquisa.

Baseado nessa realidade, surge a Hub ESPM, agência multiplataforma do curso de Jornalismo da ESPM-Sul. Fruto do Portal de Jornalismo, premiado no Expocom Sul 2014, a Hub foi fundada em agosto de 2014, com o objetivo de se adequar a reformulação do mercado jornalístico. A agência experimental busca aproximar os alunos da prática da profissão desde os primeiros semestres da faculdade e, para isso, a Hub possibilita aos alunos a vivência do ambiente do mercado de comunicação, trabalhando na formação integral dos estudantes.

A Hub ESPM é dividida em quatro áreas: a Hub News, que incorpora uma redação jornalística digital. É responsável pela produção de reportagens multiplataforma dentro e fora do campus da ESPM, nas quais os estudantes produzem matérias em texto, vídeo e foto

que são disponibilizados no portal⁵; a Hub Comunicação Corporativa, que é a agência de comunicação organizacional e atua em projetos de relacionamento com a mídia e assessoria de imprensa, gerenciamento de crise e reputação, comunicação interna e gestão de canais de comunicação para clientes internos e externos; a Hub Conteúdo é responsável pela produção de conteúdos específicos, como documentários, programas de TV e rádio, e vídeos institucionais, publicações e pesquisa, também para clientes internos e externos; e a Hub Social, uma agência focada em projetos de comunicação integrada para fins sociais e não lucrativos para clientes do setor 2,5 e terceiro setor. Além do curso de Jornalismo, a Hub ESPM abre vagas para alunos de outros cursos da área de comunicação e marketing para os seguintes cargos: Direção de Arte, Recursos Humanos, Marketing e Financeiro. Cada uma das Hubs são coordenadas por professores qualificados para cada área que envolve a empresa: na coordenação geral da Hub está Karine Moura Vieira, também responsável pela Hub News e Hub Conteúdo, Rosângela Florczak está à frente da Hub Comunicação Corporativa, e a Hub Social é coordenada por Ana D'amico.

Com a adaptação do Jornalismo às novas tecnologias, o perfil do profissional, conseqüentemente, acaba se tornando multifacetado e mais versátil. O jornalista deve estar apto a utilizar dos recursos tecnológicos no seu exercício diário. Pensando nisso, a Hub ESPM, além de incentivar a formação intelectual do aluno, também proporciona o conhecimento técnico necessário.

Sem a formação de mão de obra especializada o jornalismo digital tem pouco futuro porque a pesquisa aplicada coordenada pelos profissionais do campo representa um pré-requisito para a geração da tecnologia que serve como mediadora para todas as relações dentro do jornal como sistema (MACHADO, 2003, p. 48) .

A fim de aproximar cada vez mais os alunos da experiência profissional, a Hub ESPM trabalha com clientes internos e externos. Cada vertente da agência com seus projetos específicos da área. A Hub News, desde 2012 – ainda enquanto Portal do Jornalismo ESPM –, vem produzindo conteúdo em parceria com veículos como Jornal do Comércio e a Rede Bandeirantes de Comunicação do Rio Grande do Sul. A Hub Conteúdo

⁵ Portal da HubNews: <http://hubnews.espm.br/>

realizou produção de conteúdo audiovisual para o GNC Cinemas de Porto Alegre, a empresa de negócio social 1% e, também, para a própria ESPM. A Hub Comunicação Corporativa, por meio da comunicação organizacional, trabalha com clientes externos como Elite Pré-Vestibular; Mundo à Parte Clínica Veterinária; e clientes internos como Curso de Relações Internacionais (RI); o evento acadêmico, OPEN ESPM e o Espaço Cultural ESPM. A Hub Social realiza projetos sociais juntamente com Organizações Não Governamentais, e presta consultoria para empresas de atuação no setor 2.5 e, ainda, promove projetos próprios em parceria com a ESPM como o projeto *Aprendiz de Jornalista*, uma iniciativa do curso de Jornalismo da escola.

2 OBJETIVOS

A mudança de Portal de Jornalismo ESPM para Hub ESPM veio a partir da necessidade de formar novos profissionais que estejam aptos a entrar em um mercado multifacetado e versátil. O objetivo é que o aluno passe por todas as áreas da profissão conciliando a teoria de sala de aula com a prática da agência em turno inverso. Ou seja, a proposta é relacionar o ambiente acadêmico com mercado de trabalho desde os primeiros semestres, sempre priorizando conteúdos multiplataformas.

Na prática, todos precisamos participar como membros vitalícios de uma comunidade de aprendizagem, que tem como missão formar profissionais qualificados e capazes de atender às demandas de uma sociedade democrática e plural (DEMO, 2006, p. 28).

O uso de novas linguagens e formatos audiovisuais mais interativos ligados à produção jornalística exigem que o profissional amplie o seu conhecimento e a sua atuação para diferentes mídias e plataformas. Questões como a interatividade e convergência midiática passaram a fazer parte do processo comunicacional (CASTRO, 2008). Segundo Castro (2008), citando Barbosa Filho (2005), a convergência vai além das mudanças tecnológicas, se trata também da convergência de conteúdos, de criação de novos formatos e de novas formas de se pensar a comunicação.

É com o intuito de promover a experiência multiplataforma conectada ao mercado, que a Hub ESPM desenvolve seus projetos. A agência busca oportunizar que o trabalho

desenvolvido dentro da instituição ultrapasse o ambiente acadêmico e chegue ao mercado, principalmente, através de parcerias.

3 JUSTIFICATIVA

A Agência Experimental de Jornalismo surge com a proposta de preparar os estudantes para a prática profissional e, principalmente, para o mercado de trabalho. Os alunos têm a oportunidade de aprender a prática jornalística antes mesmo de chegar nas disciplinas teóricas do curso. Por considerar importante a formação de profissionais de caráter cada vez mais multifacetado e multiplataforma, a agência foi implementada em quatro vertentes do Jornalismo.

O nome Hub traduz a ideia de convergir ideias, situações e práticas. A agência vai além do ambiente tradicional das redações, com a realização de coberturas e reportagens, mas amplia a produção de conteúdo jornalístico e trabalho com a informação na concretização de diferentes projetos e atendimentos, com a produção de webdocumentários, gerenciamento de sites e redes sociais, podcasts, assessoria de comunicação e consultoria. É importante salientar que na configuração da Hub, a Hub News mantém a sua função como agência de notícias, trabalhando conteúdo jornalístico em parceria com veículos em coberturas, proporcionando a visibilidade do trabalho dos alunos e o contato com o cotidiano de uma redação real. Há um entendimento histórico da necessidade de laboratórios disponíveis para pesquisas, reprodução da prática jornalística e, até mesmo, realização de projetos independentes dentro da própria instituição de ensino. Desta forma, a Hub trabalha com parcerias já consolidadas no mercado estadual para promover a experiência e divulgar seus alunos o quanto antes, no intuito de proporcionar a experiência de vivenciar a realidade do mercado de trabalho em comunicação, e fazer com que seus integrantes se deparem com situações e problematizações concretas.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A Hub ESPM incentiva a formação de profissionais com competências para atuação multiplataforma e, para isso, a produção de conteúdos da agência é abrangente, com texto, foto, áudio, vídeo, gerenciamento de redes sociais como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* e

coberturas minuto a minuto via *Twitter*. Todo o material produzido, em qualquer plataforma, é disponibilizado no portal da agência.

Nas coberturas realizadas pela Hub News, em conjunto com o mercado, por exemplo, o material produzido é focado nas plataformas disponibilizadas por cada veículo. Em parceria com o Jornal do Comércio, na Expointer, em 2015, a produção de conteúdo foi executada em texto e foto, já que seja disponibilizado na versão digital do jornal. A experiência foi acompanhada pelo editor do site do Jornal do Comércio, Paulo Serpa Antunes e pelo coordenador da Hub News, na época, professor Paulo Pinheiro. Já na cobertura da Feira do Livro, a Band RS disponibilizou as plataformas de televisão e rádio. Durante os 15 dias da feira, os alunos percorreram o espaço em busca de fatos que merecessem destaque. Todo material produzido, antes de ser veiculado em cada plataforma, passou pela revisão de um profissional da emissora.

Os alunos, logo que são inseridos na agência, recebem treinamentos de texto jornalístico, captação de imagem, fotografia, texto criativo, pauta, produção de conteúdo audiovisual mediados por professores e profissionais qualificados dentro de cada área. Os trabalhos e reportagens são produzidos e editados pelos próprios estudantes através de ferramentas como a edição de vídeos no Adobe Premiere Pro CC, edição de fotos no Adobe Photoshop CC, edição de áudio do Adobe Audition CC e edição de peças no Adobe Illustrator CC, além da utilização das ferramentas do pacote da Microsoft Office. As coberturas minuto a minuto via Twitter são feitas através do aplicativo CoveritLive8 e ficam disponibilizadas no portal da Hub News.

O processo seletivo para a Hub é feito através de uma prova, elaborada pelos próprios professores coordenadores da Hub, de atualidade, português e conteúdos sobre a profissão. Após a prova realizada, os selecionados ainda passam por uma entrevista, semelhante à feita no mercado de trabalho. Em seguida, os estudantes aprovados assinam o termo de atividade não-remunerada com validade acadêmica complementar por seis meses. Após o período, os alunos podem renovar o contrato para desenvolver novos projetos na agência.

5 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

A Agência Experimental Multiplataforma da ESPM-Sul por meio das quatro vertentes – Hub News, Hub Comunicação Corporativa, Hub Conteúdo e Hub Social –, realizou, ao longo do ano de 2015, uma série de projetos que possibilitaram a ampliação do conhecimento da prática pelos alunos, a vivência da realidade do mercado mas, principalmente, a construção de um profissional completo, com uma formação global, estruturada na formação acadêmica, profissional e social.

A Hub News, prioriza o trabalho de uma redação *hardnews*, similar às redações tradicionais, bem como investimento na produção de grandes reportagens sobre temas que estão em pauta na sociedade. No ano de 2015, a Hub News realizou grandes coberturas com parceiros do mercado regional, como a Expointer, Exposição Internacional de Animais, Máquinas, Implementos e Produtos Agropecuários. Em parceria com o Jornal do Comércio, os integrantes da Hub News produziram conteúdos em texto e foto para a versão digital do Jornal, escolheram inovar e contaram as histórias dos pequenos e grandes expositores.

A agência de notícias também cobriu a 61ª Feira do Livro de Porto Alegre, juntamente com a Band RS. A cobertura da feira acontece há três anos pelo Portal de Jornalismo, e há dois anos pela atual Hub News. No ano passado, os alunos se dividiram em dois núcleos: rádio e televisão. A cobertura foi realizada no período da tarde, cada integrante pôde escolher uma pauta e executá-la durante a feira. Foram produzidas duas matérias para TV e 10 para rádio, todas foram editadas também pelos próprios alunos.

A Hub News também trabalha com projetos especiais próprios que visam a prática da profissão fora do ambiente acadêmico. O projeto “Tarde em Pauta” leva os alunos para realizar a cobertura de eventos ou exposições que ocorrem em Porto Alegre e região, como Conexões Globais, Fórum da Liberdade, Anime Extreme. A agência também cobre eventos que ocorrem dentro da ESPM-Sul, como a Semana do Jornalista, OPEN ESPM, Madrugada Criativa e Noite de Prêmios.

A Hub Comunicação Corporativa é responsável pelo desenvolvimento das competências dos futuros profissionais que desejarem atuar em comunicação nas organizações de diferentes setores, por meio de estratégias eficientes para relacionamento com os públicos e eventos externos e internos. Coordenada pela professora Rosângela Florczak, a agência segue uma dinâmica semelhante a de uma organização comunicacional. Em 2015, os principais clientes internos foram: OPEN ESPM, que em conjunto com a Hub News e Hub Conteúdo, organizou e produziu conteúdo para o evento; ComunicaRI; ComunicaADM e o Espaço Cultural, galeria de exposição. E os clientes externos atendidos, em 2015, pela Hub Comunicação Corporativa foram o cursinho de educação de alta performance, Elite Pré-Vestibular; a Clínica de reabilitação animal, Mundo à Parte, e a ABRATO (Associação Brasileira de Terapeutas Ocupacionais).

Vale ressaltar o trabalho, que começou em 2015 e ainda segue em 2016, feito pela Hub Comunicação Corporativa com o Espaço Cultural, ambiente para exposição e fomento da Arte Contemporânea dentro da ESPM. Com o objetivo de tornar conhecidas as atividades feitas pelo espaço e estimular o público, a agência faz todo o planejamento comunicacional, divulga e assessora os eventos do local, produz conteúdos para redes sociais, também em conjunto com outras Hubs.

A Hub Conteúdo dedica-se à produção de conteúdos audiovisuais especiais para web, publicações impressas e digitais e pesquisa, para clientes internos e externos. Coordenada, também, pela professora Karine Moura Vieira, a agência segue a dinâmica semelhante a uma agência de conteúdo. Entre as principais atividades realizadas em 2015, destaca-se o CineJornal realizado em parceria com o GNC Cinemas no 20º Festival Mundial de Publicidade de Gramado (RS); o SENSO Fashion Day, desfile produzido pela CO.DE Moda, agência júnior de moda da ESPM; e a Semana do Jornalista ESPM.

Ressalta-se, principalmente, o CineJornal que foi produzido em parceria com a ClassiMarketing e o GNC Cinemas. Os alunos integrantes da Hub Conteúdo montaram uma redação e uma ilha de edição para a cobertura do 20º Festival Mundial de Publicidade de Gramado (RS). Ao todo foram 4 vídeos, de aproximadamente três minutos cada, exibidos

no telão principal na abertura de cada segmento de palestras pela manhã e à tarde, em dois dias do evento, com informações turísticas, entrevistas com visitantes e palestrantes. Foram entrevistadas personalidades presentes no evento como o jornalista, publicitário e fundador do Grupo Dória, João Dória Jr.; o empresário, jornalista e presidente do Grupo Bandeirantes, Johnny Saad; o compositor e publicitário Luiz Coronel; o jornalista Tulio Milman; o jornalista Ricardo Boechat, entre outros. Os conteúdos produzidos podem ser vistos no canal do YouTube da agência.

A Hub Social é o espaço para produção de projetos com a aplicação das ferramentas de comunicação integrada, 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 um elo entre a Instituição de Ensino e as comunidades. A Hub Social estabelece contato próximo com públicos externos, como empresas privadas e organizações da sociedade civil, ouve as comunidades, identifica as questões de interesse dos cidadãos e tenta responder às suas demandas. Dentre os parceiros de hoje estão a empresa Da Mathias e a ONG Canta Brasil.

A Hub Social também possui projetos próprios que envolvem diretamente os alunos de Jornalismo, que buscam interações com outras realidades e a formação de profissionais com consciência sócio responsável. O projeto Aprendiz de Jornalista, é um exemplo dessas iniciativas, no qual os alunos da Hub ESPM depois de visitarem a Escola Gabriela Mistral, no bairro Santo Antônio, em Porto Alegre, desenvolveram, em parceria com os estudantes de outros semestres do curso de Jornalismo, oficinas de revista, rádio, telejornalismo, fotografia, entre outras práticas e saberes. O projeto teve duas edições em 2015.

6 CONSIDERAÇÕES

Com a descentralização das notícias no Jornalismo e a interdisciplinaridade dos processo de comunicação, a Hub ESPM tem como objetivo incentivar trabalhos jornalísticos produzidos pelos alunos, levando em consideração a característica multiplataforma. Através da agência, os alunos têm o contato com os mais diversos campos da profissão, podendo ter contato com câmeras fotográficas e filmadoras, mesas de áudio, programas de edição de vídeos e fotos, microfones e mídias sociais.

Para os acadêmicos, a oportunidade serve como complemento ao conteúdo teórico visto em sala de aula. Segundo as Diretrizes Curriculares Nacionais, publicadas em 2001 pelo Ministério da Educação, o estudante tem que estar preparado para “utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso” e exercer as funções do Jornalismo bem como saber interligar áreas relacionadas à profissão, no campo econômico, social e cultural. O texto, ainda, ressalta a importância do estudante estar apto às práticas da profissão como formulação da pauta, entrevista, relacionamento com fontes, desenvolvimento de trabalho em equipe e de processos de produção jornalística, compromisso com a cidadania no exercício da profissão, entre outros.

É nesse sentido que a Hub ESPM e suas quatro vertentes acreditam formar futuros jornalistas qualificados, aptos a enfrentar os novos desafios da profissão em produzir um jornalismo multiplataforma. Tendo em vista que muitos desafios já estão sendo vencidos dentro da própria instituição de ensino.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERTOCCHI, Daniela. Gêneros no ciberjornalismo. In: MARQUES DE MELO, José. ASSIS, Francisco de. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Editora Metodista, 2010.

CASTRO, Cosette Espindola de. **A convergência digital e os atores sociais – um panorama das iniciativas brasileiras**. Anais V ELEPICC-Encontro Latino-Americano de Economia Política da Informação. Salvador, UFBA, 2005.

DEMO, Pedro. **Formação permanente e tecnologias educacionais**. Petrópolis: Vozes, 2006

MACHADO, Elias, PALÁCIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

MARQUES DE MELO, José. ASSIS, Francisco de. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Editora Metodista, 2010.

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

WOLTON, Dominique. *internet et après: une theorie critique des nouveaux médias*, Paris: Flammarion, 1999