

## FROM LABORATORIES TO MEDIA LABS: PROPOSAL FOR ACTUALIZATION IN JOURNALISM LEARNING

**EDSON CAPOANO**

*Escola Superior de Propaganda e Marketing – SP  
Universidade Mackenzie, Brasil*

**PAULO RANIERI**

*Escola Superior de Propaganda e Marketing - SP  
Universidade Mackenzie, Brasil*

### **EXPANDED ABSTRACT**

This article offers to academic and journalistic communities conceptual parameters of the Media Labs (ML) as innovative education environments for journalism. Therefore, we show the origin of the concept and the first ML for journalism in the world; to define theoretical concepts - convergence, education and technology - for updating the practical training in journalism; to present cases workshops journalism courses - ECA-USP and fellowship programs in the United States and ESPM-SP – which created ambiances for labs at the university; and finally to consider the challenges and conditions for media creation labs with educational bias towards the formation of the contemporary journalist.

The work was developed from the perspective and the way of exploratory research in order to gain greater familiarity and proximity to a subject still little explored or ordered more deeply, and the concern to take ownership of an experimental feature, to find cases journalistic education laboratories, the previous ML, using descriptive and case studies, detailing the initiatives within universities.

The panoramic view of some models of practical journalism education to achieve their main goal is to propose the ML as updating the journalism education environments. ML Laboratories are investigating, through applied research, solutions to issues that combine technology and culture, hardware and software, academia and market. Commonly, ML has interdisciplinary employees and work to stimulate entrepreneurship, creative economy and innovation in language and communication processes.

The most notorious ML of today is the MIT (Massachusetts Institute of Technology). Founded by Nicholas Negroponte in 1985, develops interdisciplinary projects in technology, media, art, science and design. Already in journalism, the first media success lab was developed in the 90s, the newspaper group Knight Rider in Boulder, Colorado.

Some of the major US universities have journalism courses develop similar experiences ML called in fellowship programs, classroom courses of medium duration, focused on updating journalists. The mission of the Nieman Foundation for Journalism at Harvard, for example, is developing journalists and projects for the advancement of journalism in the world.

The Knight Science Journalism at MIT offers a classroom network in a year, with classes and lectures all week. Your goal is to update the selected journalists on cutting-edge research in science, technology, engineering, medicine and the environment. Among its activities, the network KSJ specialized media analyzes on science and technology worldwide, conducts field work with the MIT scientists and organizes seminars between researchers and journalists.

In Brazil, an initiative such as the Media Lab ESPM-SP focuses on innovation in media, entertainment, design, information and arts. Interdisciplinary projects are developed, how about hyperlocal journalism, aided by digital technologies. On graduation in journalism from ESPM-SP, for example, develops the Journalism Portal activity, an activity designed for the course students can experience the environment of a newsroom. Experimentally, the student has the possibility of coverage of events on campus, such as lectures, conferences, campaigns, among other activities, in addition to interviews and the development of external agendas.

In conclusion, we realize that journalism laboratories should be encouraged, in addition to media companies, universities. The theoretical and applied concepts for the creation of the media labs and structural and financial limitations of universities and journalism market seem to be the solutions and challenges for the development of this format laboratory in Brazil.

Journalism schools perform interdisciplinary activities for a long time, but when they do, the dialogue between sciences occurs often for lectures and discussions or interviews in the reports of the students. There is not much time or institutionalized space for teachers and students from different fields work together. In recent years, entrepreneurship projects within the academy developed incubators, business ripening environments. Although interdisciplinary in sometimes are not as ML, where the experimental character prevails over product development.

New cultural relations of production, transmission and reception of information should be encouraged within the journalism courses. Already they are, actually, but you can increase the flow of content and learning through the different platforms, tools and existing dialogue channels today.

**KEY WORDS:** Journalism; innovative education; convergence; Media Labs; Communication Education.

## **INTRODUÇÃO**

Os processos coletivos e em rede para obtenção, produção e compartilhamento do saber estão cada vez mais firmando a expressão sociedade do conhecimento como a realidade das primeiras décadas do século XXI. Âmbitos familiares, escolares, profissionais e de lazer desenvolvem um movimento dinâmico em que a troca e a participação podem ser tão importantes quanto a compreensão de conteúdo.

Na educação, tal fenômeno também gera novos paradigmas. O desenvolvimento de um mundo convergente e conectado gera condições paradoxalmente cada vez mais iguais – à educação inserida nas novas tecnologias de educação e informação – e, para outros, excluídos da educação integrada, mais desiguais, sem condições de aproveitar as vantagens e o desenvolvimento que um conhecimento coletivizado pode gerar.

Tal disparidade parece ser acentuada quando a educação se distancia do pensamento convergente que as tecnologias podem estimular. Assim, as propostas pedagógicas que visam atualizar o ensino, os educadores e os educandos se distanciam das práticas em salas de aula, laboratórios práticos e oficinas de ensino. Não se trata de criar uma ode à tecnologia, mas aceitar que esta traz outra maneira de compreender, lidar e fazer o mundo ao redor.

No que se refere à formação de jornalistas, especificamente, o diálogo entre convergência, tecnologias e educação se torna ainda mais agudo. A mudança do panorama profissional do jornalista – cada vez mais polivalente, as novas ferramentas digitais de comunicação que aparecem a todo o momento e a transformação do cenário social que cobre o jornalismo, entre outros temas, são desafios à adaptação dos cursos de jornalismo frente à sociedade do conhecimento. Por isso, este artigo propõe uma visão panorâmica de alguns modelos de ensino prático de jornalismo, até alcançar seu principal objetivo, propor *Media Labs* como ambientes de atualização do ensino de jornalismo.

## **METODOLOGIA**

Como metodologia, optamos por desenvolver o trabalho sob a ótica e o caminho da pesquisa exploratória a fim de obtermos maior familiaridade e proximidade com um assunto ainda pouco explorado ou requisitado de maneira mais aprofundada. Esta pesquisa assume, num primeiro momento, o caráter bibliográfico - sobre o marco teórico deste artigo (convergência, tecnologia e educação), bem como sobre o que são os laboratórios e oficinas em jornalismo, suas primeiras iniciativas no ambiente acadêmico -, com a preocupação de se apropriar de características experimentais das iniciativas de ensino convergente, para então encontrar elementos que precedam e sustentem os *Media Labs* como ambientes de educação jornalística. Neste momento, usa-se a pesquisa descritiva e os estudos de caso, detalhando as iniciativas dentro das universidades. “Ouvir a quem tem o que falar. Observar tudo que se é possível observar, pois todos podem ensinar-nos alguma coisa”, são preceitos de Umberto Eco que também buscamos trazer para este trabalho.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **CONVERGÊNCIA**

Os *Media Labs* geralmente utilizam o conceito de convergência (JENKINS, 2009), que dialoga com a missão original do *Media Lab* do MIT, por exemplo, já que se refere a novas relações culturais de produção, transmissão e recepção de informações, e como tal processo gera um ciclo virtuoso de cooperação. Trata-se da apropriação das tecnologias através da modificação das formas de uso (re)combinado das mesmas. Convergência é:

[...] o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação de múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p. 136).

O fato é que, no fluxo contemporâneo de informações do jornalismo, as ferramentas tecnológicas digitais permitem a ambiência para recombinação do conhecimento. E assim como os *ML* permitem o diálogo e a combinação de saberes, o ambiente universitário também convencionou utilizar práticas convergentes para gerar ciência. Na academia, o conceito mais utilizado para auxiliar esse processo é o da interdisciplinaridade, que atualiza os tradicionais modelos de organização do ensino superior:

O conceito de interdisciplinaridade fica mais claro quando se considera o fato trivial de que todo conhecimento mantém um diálogo permanente com os outros conhecimentos, que pode ser de questionamento, de confirmação, de complementação, de negação, de ampliação [...] (FORTES, 2009, p. 88).

Tal conceito procura flexibilizar o formato das disciplinas tradicionais, que forjou o modelo de universidade moderna, mas que, muitas vezes, também engessou o diálogo e a evolução do conhecimento que há *entre* as ciências. Portanto, para haver condições de criação de *Media Labs* no jornalismo, as universidades devem estar imersas na prática da interdisciplinaridade.

Para que ocorra a interdisciplinaridade não se trata de eliminar as disciplinas, trata-se de torná-las comunicativas entre si, concebê-las como processos históricos e culturais, e sim torná-la (sic) necessária a atualização quando se refere às práticas do processo de ensino-aprendizagem (FORTES, 2009, p. 4).

O respaldo para um estudo mais amplo sobre interdisciplinaridade também pode ser encontrado em Deleuze, que ressalta a importância da “integração entre as disciplinas, permitindo a construção de uma compreensão mais abrangente do saber historicamente produzido pela humanidade” (GALLO, 2008, p. 71).

Ainda segundo GALLO (2008), novas perspectivas começam a se apresentar na educação a partir do impacto das tecnologias da mídia e da informática e, para pensar essa nova realidade, é necessário que haja a introdução de outro paradigma de conhecimento, de uma nova imagem do pensamento, algo que nos permita pensar além da fossilização imposta pelo “paradigma arbóreo” e pela consequente “arborização de nosso pensamento”.

O mesmo autor explica que, diferente da árvore, a imagem do rizoma – metáfora apresentada por Gilles Deleuze e Félix Guattari para se referir à multiplicidade – não se presta nem a uma hierarquização nem a ser tomada como paradigma, pois nunca há um único rizoma, e sim muitos rizomas, o que faz proliferar pensamentos. Um rizoma pode ser acessado de infinitos pontos, é heterogêneo, sempre apontado para novas e insuspeitas direções, quase desterritorializado.

Gallo propõe um breve intercurso antes de se chegar ao rizoma e às suas implicações para a educação.

Em seu afã de conhecer o mundo, o homem produz tecnologias de conhecimento, isto é, aparatos, mecanismos, que permitam que se examinem os aspectos da realidade que se deseje transformar em objeto de estudo. Sem tais tecnologias, não seria possível o conhecimento ou, pelo menos, seu desenvolvimento dar-se-ia de forma muito mais lenta. Tais tecnologias são produzidas historicamente, de acordo com as possibilidades e problemas de cada momento. Por outro lado, o uso de tais tecnologias influi sobre o saber que se produz, definindo-o num campo próprio a tal tecnologia, do qual nem sempre é possível escapar. (GALLO, 2008, p. 71)

Já no mercado, busca-se alguma sintonia entre prática jornalística e as múltiplas, e cada vez mais difundidas, plataformas, acima de tudo as móveis, e os conceitos de empreendedorismo.

### ***TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO***

Historicamente, em educação, por muito tempo, não se valorizou adequadamente o uso de tecnologia visando a tornar o processo de ensino-aprendizagem mais eficiente e mais eficaz (MASETTO, 2000, p. 133). Para Masetto, filósofo e doutor em educação, um dos principais motivos é a convicção de que o papel da escola em todos os níveis é o de “educar” seus alunos, entendendo por educação transmitir um conjunto organizado e sistematizado de conhecimentos de diversas áreas, desde a alfabetização, passando pela matemática, língua portuguesa, história, física, geografia, biologia até aqueles conhecimentos próprios de uma formação profissional nos cursos de graduação de uma faculdade, sem valorizar como poderia a tecnologia.

Nos próprios cursos de formação de professores (licenciatura e pedagogia), percebe-se, por parte dos alunos – muitos deles futuros professores -, a valorização do domínio de conteúdo nas áreas específicas em detrimento das disciplinas pedagógicas. Alunos e professores afirmam, sem constrangimento, que o importante para se formar um professor é o domínio dos conteúdos dos respectivos cursos (MASETTO, 2000, p. 134).

Com esse pensamento, o resultado obtido ao longo dos anos foi o uso pouco aproveitável de tecnologia adequada para motivar o estudante ao processo de aprendizagem em cada época. Professores copiam o comportamento de seus ex-professores, que muitas vezes não se preocupavam com o bom uso dos dispositivos, e aplicam trabalhos em grupo sem orientação, e excesso de aulas expositivas - desmotivando o aluno (MASETTO, 2000, p. 134).

Os anos se passaram e, no início deste século, Moran (2000) já entendia ser fundamental a integração de tecnologias, metodologias e atividades ao texto

escrito, comunicação oral, escrita, hipertextual, multimídia, e maior aproximação das mídias e das práticas, possibilitando a fácil transição de um meio a outro, de um formato para outro, experimentando as mesmas atividades em diversas mídias – uma espécie de experiência *crossmídia* - trazendo o universo audiovisual para dentro da escola, variando a forma de dar aula, as técnicas usadas nas salas e fora delas, os exercícios solicitados, as dinâmicas propostas e o processo de avaliação, pois a “previsibilidade do que o docente vai fazer pode tornar-se um obstáculo intransponível, a repetição pode tornar-se insuportável, a não ser que a qualidade do professor compense o esquema padronizado de ensinar” (MORAN, 2000, p. 31).

Para Moran, é fundamental planejar e improvisar, prever e ajustar-se às circunstâncias e ao novo. Diversificar, mudar e adaptar-se continuamente a cada grupo, a cada aluno, quando necessário, devem ser palavras de ordem. Valorizar a presença no que ela tem de melhor e a comunicação virtual no que ela nos favorece. Equilibrar a presença e a distância, a comunicação “olho no olho” e a telemática. Todos esses fatores, segundo Moran, são importantes e não podem ser ignorados.

O equilíbrio proposto por Moran? O extremismo defendido pelos mais tecnicistas? Emergencial, neste momento, é lançar alguma luz sobre a relação de uma nova geração de alunos do século XXI, conectados e ubíquos. É preciso pensar pedagogicamente a aplicação destes dispositivos, e, conseqüentemente, observar a relação que se estabelece entre as instituições de ensino e os alunos da geração Y, nativos digitais ou, simplesmente, alunos imersivos.

Mas é preciso também, antes de tudo, refletir sobre as questões relacionadas à eficácia e eficiência da tecnologia aplicada ao processo de aprendizagem, como a busca pelos melhores recursos para que a instrução realmente aconteça, e o acompanhamento contínuo do aprendiz, motivando-o em direção aos objetivos educacionais, pois “a desvalorização da tecnologia, bem como desses outros aspectos, trouxe, muitas vezes, para o campo da educação, certo descompromisso com o processo de aprendizagem, seus resultados e suas conseqüências na formação do homem e do cidadão” (MASETTO, 2000, p. 136), em outras palavras, a utilização dos dispositivos digitais móveis pelas escolas.

Não se pode negar que, em cerca de duas décadas de existência, a internet mudou bastante, ganhou dimensões conectivas por meio de softwares sociais, que originaram os *podcasts*, *videocasts*, *wikis* e *blogs* - por meio de serviços de partilha multimídia, como *YouTube* - e também a partir de serviços de redes sociais, como *Facebook* e *Twitter*. Tudo isso transformou a Web em uma plataforma interativa, através de serviços de uso simples, ao contrário do que ocorria em seus primórdios, quando era necessário entender de linguagem *html* para interagir com o mundo virtual.

A digitalização e a conseqüente distribuição de conteúdo influenciam diretamente na esfera pública, por proporcionar maior participação e interação, aumentando a liberdade de criação, demonstrando o caráter democrático da internet. Em contrapartida, esse cenário pode ainda incomodar os detentores de poder, que não se reinventam para acompanhar o movimento natural da sociedade, e veem seus lucros ameaçados por questões relacionadas à autoria e a propriedade privada, cada vez mais fluida. As editoras e as indústrias fonográfica e cinematográfica estão perdendo mercado, graças aos sites de downloads de músicas, filmes, livros, recursos educacionais e aparelhos que permitem a produção amadora, como câmeras digitais e celulares.

Mesmo que o processo de convergência afete os mercados de mídia, vive-se um momento de coexistência e a mídia de massa ainda tem muita relevância nos aspectos culturais, econômicos e políticos da sociedade. Revistas e jornais enfrentam redução em suas tiragens e os cinemas se deparam com o esvaziamento das salas de exibição. Ainda assim, um meio de comunicação faz parte de um sistema maior de opções, pois a ele estão associadas práticas sociais específicas. Cada mídia tem seu próprio ambiente de interação e por isso, enquanto houver demanda e seus produtos fizerem sentido, o meio não morrerá (SILVEIRA, 2009, p. 35).

O que de fato podemos afirmar é que a educação, recentemente, passou a se caracterizar também, no que tange aos dispositivos tecnológicos, pelo uso de equipamentos portáteis, com grande poder de mobilidade, num panorama de *computação pervasiva* (TRAXLER, 2007) caracterizado pela mobilidade global do usuário, conectividade ubíqua, independência do dispositivo e ambiente computacional do usuário, acessível em qualquer lugar e a qualquer hora. O estudante de jornalismo, ao passar pelo processo teórico da interdisciplinaridade, deve ser apresentado, na prática, às tecnologias acessíveis e difundidas no mercado pelas grandes empresas de mídia.

### ***AMBIENTES EDUCATIVOS PRÁTICOS EM CURSOS DE JORNALISMO O LABORATÓRIO DE EPISTEMOLOGIA DA ECA-USP***

A noção de laboratório não é nova no ramo da educação. O ato de os alunos aprenderem na prática é um dos métodos mais tradicionais para a consolidação do conhecimento. Porém, o desenvolvimento de novas técnicas, processos e a descoberta de novas necessidades de aprendizagem estimularam que o formato de oficina evoluísse e se complexificasse.

Um exemplo de experiência comprovadamente eficiente no ensino do jornalismo, os laboratórios epistemológicos desenvolvidos na Escola de Comunicação e Artes,

da ECA-USP. Lá, a profa. Titular Cremilda Celeste de Araújo Medina desenvolveu dezenas de oficinas de jornalismo da ECA-USP. Nelas, o diálogo social é o centro da formação do profissional de comunicação e a prática é ferramenta educacional na formação do comunicador social.

Assim, Medina (2008) define o espírito do que chama *laboratórios de epistemologia*, cujo objetivo é praticar o diálogo social no jornalismo, com a contribuição intercultural de brasileiros e estrangeiros, pesquisadores e profissionais de diversas áreas, estudantes e professores, jornalistas e sociedade.

Não se trata de projetos tradicionais, também necessários sem dúvida, como jornais, revistas, rádio, televisão, mídias digitais etc. O grande déficit provém da ausência do «laboratório epistemológico» que trabalhe com a visão de mundo e as atrofia da sensibilidade, da razão e da ação criativas (2003). O sujeito autor, quer seja comunicador, pesquisador da Academia ou professor, passa por um processo de transformação surpreendente quando exposto, na experiência laboratorial, a essas atrofia (MEDINA, 2008, p. 78).

A pesquisadora estimula a polifonia e a polissemia do diálogo, que rompam com as atrofia da sensibilidade, da razão e da ação criativas. Frente a um jornalismo fragmentado, os laboratórios pedagógicos estimulam a visão complexa do mundo pelo jornalista.

Como objetivo, os laboratórios epistemológicos estimulam um salto, do pensamento complexo à ação concreta, o fazer jornalístico dialógico. De leituras sobre pensamento complexo, passando pela discussão de temas e fatos da contemporaneidade, à leitura de ensaios acadêmicos e jornalísticos, rumo a um jornalismo criativo e inspirado em visão complexa, sensibilidade intuitiva e comportamento solidário diante da condição humana.

Esse pulo substantivo do mundo das ideias para a operação concreta diante das emergências históricas ou, o que mais desafia a mente complexa, os fatos imponderáveis da vida, tem sido o fato pedagógico dos laboratórios da epistemologia da complexidade. Além da bibliografia que presentifica as concepções teóricas, tem sido oportuna a fruição de narrativas de jornalistas-autores que dão respostas substantivas nos seus relatos e representam avanços na arte de tecer o presente. Nas discussões de grupo, enriquecem o exercício pragmático de cada pesquisador (MEDINA, 2008, p. 79).

No caso dos laboratórios epistemológicos da profa. Cremilda Medina foram produzidas dezenas de publicações coletivas entre alunos de graduação, pós-

graduação e pesquisadores, todas em consonância com os temas atuais, com o pensamento complexo e com a prática dialógica da comunicação social. Só da coleção *São Paulo de Perfil*, foram 27 livros e mais de 500 estudantes de jornalismo participantes. Na pós-graduação, grupos como o *Saber Plural*, o *Núcleo de Epistemologia* e o *Fórum Permanente Interdisciplinar*, que geraram publicações como as coleções *Novo Pacto da Ciência* e o *Foro Permanente de Reflexão sobre a América Latina*.

### **OS FELLOWSHIP PROGRAMS NOS EUA**

Criados para serem campo de experimentação, criatividade e solução de problemas, o espírito dos *Media Labs* se prolifera tanto em projetos-piloto dentro das empresas de comunicação quanto nas universidades, em um espaço de diálogo entre teoria e prática, erro e acerto. Mais comuns nos EUA, laboratórios de jornalismo tem sido a ponta da pesquisa inovadora em núcleos como no MIT e em Harvard, criando tendências e apontando o futuro da pesquisa, da tecnologia e do mercado na área de comunicação<sup>1</sup>.

Algumas das principais universidades dos EUA que tem cursos de jornalismo desenvolvem experiências semelhantes a *Media Labs* nos chamados *fellowship programs*, cursos presenciais de média duração, focados na atualização de jornalistas. Entrevistas qualitativas apontam que há características de *Media Labs* dentro dos quatro maiores *fellowship programs* em jornalismo dos EUA.

A missão da *Nieman Foundation for Journalism at Harvard*, por exemplo, é desenvolver jornalistas e projetos para o avanço do jornalismo no mundo. Durante dois semestres, jornalistas selecionados debatem a melhora no jornalismo, geram novos modelos de negócios e desenvolvem novos programas de capacitação para jornalistas. Todos os *fellows* da Nieman têm acesso à estrutura, aulas e corpo docente de Harvard.

O jornalismo de hoje e as mudanças de mercado nos fizeram mudar nos últimos 10 anos – como aulas de edição de vídeo e manejo de dados. Oferecemos consultoria de Harvard, como o curso de Direito e de Arte, que dão suporte a como usar essas novas tecnologias.

Essas evoluções mudaram a Nieman. Como as pessoas fazem sugestões, entregam relatórios e pesquisas após um ano de trabalho, como gastam seu tempo durante a experiência, tudo isso mudou a forma de ser da fundação em 70 anos. E atualmente, a revolução no jornalismo digital não nos deu escolha. Tínhamos que nos adaptar (BREEN, 2013).

---

<sup>1</sup> No Brasil, a ESPM-SP, instituição deste pesquisador, já conta com um *Media Lab*, que investiga as principais transformações na comunicação e cultura.

Já a *Knight Science Journalism at MIT* oferece uma rede presencial de um ano, com aulas e palestras durante a semana toda. Seu objetivo é atualizar os jornalistas selecionados sobre pesquisas de ponta em ciência, tecnologia, engenharia, medicina e meio ambiente. Entre suas atividades, a rede da KSJ analisa mídia especializada sobre ciência e tecnologia do mundo inteiro, realiza trabalhos de campo junto a cientistas do MIT e organiza seminários entre pesquisadores e jornalistas.

O que muda hoje é a forma de transmitir a informação: *podcasts*, vídeo, mídias sociais. Precisamos tirar o melhor de todos os setores da sociedade: política, economia, ciência. O que fazemos no *Science Journalism at MIT* é dar as ferramentas para que os jornalistas possam fazer isso dia a dia (HILTS, 2013).

O *Tow Knight Entrepreneurial Journalism at CUNY – Graduate School of Journalism* de Nova York –, por sua vez, tem como missão criar projetos financeiramente sustentáveis para as empresas de comunicação e para a qualidade do jornalismo, um verdadeiro *Media Lab* em empreendedorismo. Acredita-se que, investindo em jornalistas empreendedores, pode-se gerar novos modelos de negócio, para novas empresas de jornalismo ou para a atualização dos jornais tradicionais. A rede é composta de jornalistas recém-formados e de profissionais de meia carreira. Há cursos de verão, semestrais e anuais.

O *Tow Knight Entrepreneurial Journalism at CUNY – Graduate School of Journalism* de Nova York –, por sua vez, tem como missão criar projetos financeiramente sustentáveis para as empresas de comunicação e para a qualidade do jornalismo, um verdadeiro *Media Lab* em empreendedorismo. Acredita-se que, investindo em jornalistas empreendedores, pode-se gerar novos modelos de negócio, para novas empresas de jornalismo ou para a atualização dos jornais tradicionais. A rede é composta de jornalistas recém-formados e de profissionais de meia carreira. Há cursos de verão, semestrais e anuais.

O objetivo principal do *Tow Knight Entrepreneurial Journalism* é criar um sistema de negócio sustentável para o jornalismo. Outro objetivo é gerar um futuro sustentável para a qualidade no jornalismo. Se você avaliar o cenário hoje, o modelo atual está se debatendo. Não é segredo nem exclusividade dos EUA. É algo que não tem volta e que mudou a indústria do jornalismo.

Chamo de jornalismo sustentável maneiras novas de se criar receita e de se cortar gastos, o básico de qualquer modelo de negócios. Queremos ajudar nesse processo, ajudando jornalistas, tanto os inseridos em empresas de comunicação, quanto os estudantes. Eles vêm ao curso com novas maneiras de pensar o mercado (CAPLAN, 2013).

Finalmente, o *John S. Knight Journalism Fellowships at Stanford* também foca em inovação, empreendedorismo e liderança. No JSK, pede-se aos candidatos da rede que apresentem ideias para o aprimoramento do jornalismo, dos modelos empresariais e do uso de tecnologias. Quando aprovados, os jornalistas desenvolvem *start ups*, empresas iniciantes em comunicação, parcerias para investigação jornalística e ferramentas de tecnologia da informação. A rede presencial leva um ano.

Inovação significa como nos adaptamos às mudanças do jornalismo. Os projetos podem ser voltados ao governo, mercado de *freelancers*, ONGs ou a empresas de comunicação.

Os *fellows* têm aulas na pós-graduação de Stanford, nas escolas de “*design thinking classes*”, engenharia e administração. As aulas nem sempre atendem os tópicos dos jornalistas, pois eles não estão atrás de um diploma de especialidades. Porém, ajudam a terem novas ideias (GARCIA, 2013).

### **PORTAL DE JORNALISMO DA ESPM-SP**

Na graduação em jornalismo da ESPM-SP, por sua vez, desenvolve-se a atividade Portal de Jornalismo<sup>2</sup>, uma atividade projetada para que os alunos do curso possam vivenciar o ambiente de uma redação. De maneira experimental, o estudante tem a possibilidade de realizar coberturas de eventos pelo campus, como palestras, congressos, campanhas, entre outras atividades, além de entrevistas e o desenvolvimento de pautas externas.

O Portal de Jornalismo, uma das atividades previstas em um projeto mais amplo chamado Agência de Jornalismo, é uma grande oportunidade para que o futuro jornalista desenvolva, na prática, aquilo que aprende na teoria, em sala de aula. Além disso, os membros do Portal são incentivados a pensar projetos inovadores, como reportagens em formato de história em quadrinhos, infografias, games, produção de conteúdo para aplicativos, reportagens interativas com uso de programação e contato básico com códigos (quando possível), pesquisa em base de dados (a partir do conceito RAC de reportagem com auxílio de computadores) e uso constante de narrativas cruzadas em mídias e redes sociais.

Nestas funções, os alunos de jornalismo, majoritariamente dos dois primeiros anos de curso, são incentivados a observar os movimentos do mercado a fim de saber exatamente o que os grandes veículos de comunicação estão produzindo e

---

<sup>2</sup> <http://jornalismosp.espm.br>.

desenvolvendo em suas múltiplas plataformas e linguagens, remetendo ao conceito de convergência tecnológica e interdisciplinaridade.

Além do contato natural com produção, edição, publicação e distribuição, o participante do Portal pode ter acesso também às outras oficinas da Agência, que produzem telejornais gravados e em tempo real, entrevistas, programas de rádio em diferentes formatos (ao vivo e em formato digital, como podcasts) e produções voltadas ao mundo corporativo do jornalismo.

Como resultados parciais, o Portal de Jornalismo já foi merecedor de um prêmio Intercom/Expocom com uma reportagem sobre os bastidores de um Grand Prix de Formula-1, menções honrosas, grande atenção por parte de profissionais de veículos parceiros.

### **OS MEDIA LABS**

*Media Labs* são laboratórios que investigam, através de pesquisas aplicadas, soluções para questões que combinem tecnologia e cultura, *hardware* e *software*, academia e mercado. Comumente, *ML* tem colaboradores interdisciplinares e trabalham para estimular o empreendedorismo, a economia criativa e a inovação na linguagem e nos processos de comunicação. O mais notório *Media Lab* da atualidade está no MIT<sup>3</sup> (*Massachusetts Institute of Technology*). Fundado por Nicolas Negroponte em 1985, desenvolve projetos interdisciplinares em tecnologia, multimídia, arte, ciência e design.

A ideia para o *MIT Media Lab* surgiu no ano de 1979, idealizado para ser um laboratório que reunisse departamentos de educação, jornalismo, gráficos, filmes, animação, design e interfaces cibernéticas. Mas, apesar da computação ser um dos pilares do projeto, o primeiro lema do *Media Lab* do MIT é "*Computers are not about computing, but everyday life*". Ou seja, a missão do laboratório é de usar criativamente as tecnologias, não apenas criá-las.

Já em jornalismo, o primeiro *Media Lab* de êxito foi desenvolvido nos anos 90, no grupo jornalístico *Knight Rider*, em Boulder, Colorado. Um dos resultados do trabalho da equipe de jornalistas, designers, técnicos da informação e pesquisadores foi o *tablet newspaper*, equipamento de leitura semelhante aos atuais, mas lançado em 1994. Como registra Salaverria (2015), outras experiências pontuais em jornalismo dos anos 90 já nomeavam suas experiências como *multimídia lab*, *idea lab* ou *innovation lab*.

---

<sup>3</sup> <http://www.media.mit.edu>

Desde então, vê-se no mundo jornais criando seus próprios *Media Labs* ou projetos especiais para inovação em formato, conteúdo ou processos jornalísticos. “*En algunos casos puede ser establecido un departamento o nombrando un equipo interno dedicado a estas tareas; en otras ocasiones puede ser a través de una alianza con una universidad o un centro de investigación*” (SÁBADA, 2012, p. 02).

No Brasil, iniciativas como o *Media Lab ESPM-SP*<sup>4</sup> tem foco em inovação das mídias, entretenimento, design, informação e artes. No laboratório mencionado, voltado à pesquisa *stricto sensu*, são desenvolvidos projetos interdisciplinares, como sobre jornalismo hiperlocal, auxiliado pelas tecnologias digitais. Porém, é um dos poucos *Media Labs* com iniciativas para o jornalismo no país.

### CONCLUSÕES

Os laboratórios de jornalismo devem ser estimulados, além das empresas de comunicação, nas universidades. Salaverria (2015) não identificou nenhum *Media Lab* dentro de escolas de comunicação, mas parcerias entre jornais e estudantes de comunicação, como com o Diari de Navarra (DN Lab) e o DW Innovation, que foca em desenvolvimento de tecnologia com projetos de pesquisa acadêmica. Por isso, a universidade deve oferecer tendências e experimentar processos, testar modelos e compreender comportamento de públicos.

Os conceitos teóricos e aplicados para a constituição dos *Media Labs* e as limitações estruturais e financeiras das universidades e do mercado de jornalismo parecem ser as soluções e desafios para o desenvolvimento desse formato de laboratórios no Brasil. O debate entre diferentes áreas do conhecimento para um objetivo comum é grande nas IES nacionais, mas em meio a tantas demandas prioritárias, como o cumprimento estrito dos programas de ensino estipulados junto ao Ministério da Educação e o justo calendário de aulas, há dificuldade de gerar um ambiente perene de produção verdadeiramente interdisciplinar e flexível.

As faculdades de jornalismo realizam atividades interdisciplinares há muito tempo, mas quando o fazem, o diálogo entre ciências se dá muitas vezes por palestras e debates ou em entrevistas nas reportagens dos alunos. Não há muito tempo ou espaço institucionalizados para que docentes e discentes de diferentes áreas trabalhem em comum. Nos últimos anos, projetos de empreendedorismo dentro da academia desenvolveram incubadoras, ambientes de amadurecimento de empresas. Apesar de interdisciplinares em algumas vezes, não são como *Media*

---

<sup>4</sup> [www2.espm.br/medialab](http://www2.espm.br/medialab)

*Labs* onde o caráter experimental tem prevalência sobre o desenvolvimento de produtos.

Novas relações culturais de produção, transmissão e recepção de informações devem ser mais estimuladas dentro dos cursos de jornalismo. Já o são, na verdade, mas pode-se aumentar o fluxo de conteúdos e aprendizagem graças às diversas plataformas, ferramentas e canais de diálogos existentes hoje em dia. É uma nova ambiência de conhecimento, inter e transdisciplinar, naturalmente. A dinâmica proporcionada pelo raciocínio convergente aumenta as chances de o conhecimento se recombinar, gerando mais conhecimento.

Nos *Media Labs*, a integração de saberes gera novas perspectivas que não seriam possíveis antes do uso de tecnologias de educação e comunicação. Assim como os rizomas de Deleuze e Guattari ou as redes de Castells (2000), o saber nasce da multiplicidade de possibilidades que um ambiente criativo pode gerar, o que prolifera pensamentos e direções do conhecimento. Basicamente, liberta-se da previsibilidade da educação, da repetição de conteúdos e de respostas a questões cada vez mais mutáveis.

O planejamento dá lugar à imprevisibilidade, à adaptação e à mudança dos indivíduos que compõem um ambiente educativo como um *Media Lab*. As mesmas características dos alunos do século XXI, nativos digitais, conectados e caóticos frente aos modelos tradicionais de educação.

## REFERENCIAS

- FORTES, Clarissa Corrêa. Interdisciplinaridade: origem, conceito e valor. **Revista Senac**, edição 6, set-nov, 2009.
- GALLO, Silvio. **Deleuze & a Educação**. 2º Ed. Belo Horizonte: Autentica, 2008.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2º Ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- MASETTO, Marcos T. Mediação Pedagógica e Uso da Tecnologia. In: MORAN, José Manuel, MASETTO, Marcos T., BEHRENS, Marilda Aparecida. **Novas Tecnologias e Mediação Pedagógica**. Campinas: Papirus, 2000.
- MEDINA, Cremilda. Deficit de abrangência nas narrativas da contemporaneidade. **Revista Matrizes**, Ano 2 – nº 1. Edusp. São Paulo, 2008.
- MORAN, José M. Ensino e aprendizagem inovadores com tecnologias audiovisuais e telemáticas. In: MORAN, José Manuel, MASETTO, Marcos T., BEHRENS, Marilda Aparecida. **Novas Tecnologias e Mediação Pedagógica**. Campinas: Papirus, 2000.
- SABADA, Charo. Retos y oportunidades educativas de las herramientas TIC. **Cuadernos de pedagogía**, ISSN 0210-0630. Madri, 2012.
- SALAVERRIA, Ramón. Los labs como fórmula de innovación en los medios. **Revista El profesional de la información**, v. 24, n. 4. Madri, 2015.
- SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Espectro aberto e mobilidade para a inclusão digital no Brasil. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio (Orgs.). **Comunicação e Mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: Edufba, 2009.
- TRAXLER, J. Defining, Discussing and Evaluating Mobile Learning: the moving finger writes and having writ ... **The International Review of Research in Open and Distance Learning**, 8 (2), 2007.

## ENTREVISTAS

- BREEN, John apud CAPOANO, Edson. Entrevista realizada para a tese Iberis: identidade(s) de jornalistas latino-americanos em redes sociais. PROLAM-USP, 2013.
- CAPLAN, Jeremy, apud CAPOANO, Edson. Entrevista realizada para a tese Iberis: identidade(s) de jornalistas latino-americanos em redes sociais. PROLAM-USP, 2013.
- GARCIA, Dawn, apud CAPOANO, Edson. Entrevista realizada para a tese Iberis: identidade(s) de jornalistas latino-americanos em redes sociais. PROLAM- USP, 2013.
- HILTS, Phill, apud CAPOANO, Edson. Entrevista realizada para a tese Iberis: identidade(s) de jornalistas latino-americanos em redes sociais. PROLAM-USP, 2013.

**Edson Capoano**

*Escola Superior de Propaganda e Marketing - SP  
Universidade Mackenzie, Brasil*

Edson Capoano is a journalist, PhD in Communication and Culture (University of São Paulo) and Master in Communication and Semiotics (PUC-SP). He is currently a researcher and journalism professor in institutions ESPM-SP (Superior School of Advertising and Marketing) and Mackenzie University.

E-mail: [edson.capoano@gmail.com](mailto:edson.capoano@gmail.com)

**Paulo Ranieri**

*Escola Superior de Propaganda e Marketing - SP  
Universidade Mackenzie, Brasil*

Paulo Ranieri is a journalist, PhD in Education, Art and History of Culture (Mackenzie University) and Master in Communication Sciences from the University of Minho (Portugal). He is currently a researcher and journalism professor in institutions ESPM-SP (Superior School of Advertising and Marketing) and Mackenzie University.

E-mail: [paulo.ranieri@espm.br](mailto:paulo.ranieri@espm.br)