

Jornalismo e literacia midiática e digital¹

Ana Gruszynski²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, CNPq

Gabriel Rizzo Hoewell³

Laboratório de Edição, Cultura & Design, UFRGS

Cristiane Lindemann⁴

Universidade de Santa Cruz do Sul

Gabriela Sanseverino⁵

Laboratório de Edição, Cultura & Design, UFRGS

Maíra Evangelista de Sousa⁶

Laboratório de Edição, Cultura & Design, UFRGS

Resumo

O artigo sistematiza elementos e princípios que constituem o jornalismo com o objetivo de problematizar como a produção editorial multiplataforma pode contribuir para o desenvolvimento da literacia midiática e digital no cenário de convergência. Utiliza-se das pesquisas bibliográfica e documental em uma abordagem teórica. Observa-se que os processos de consolidação de um novo paradigma comunicacional acarretam novas formas de produção, circulação e consumo midiáticos, desencadeando acessos diferenciados a conteúdos multimodais, fundamentados fortemente em experiências multiplataforma, que exigem postura ativa tanto dos produtores quanto do público consumidor no desenvolvimento de diferentes competências associadas à literacia midiática e digital.

Palavras-chave

Produção editorial; jornalismo; literacia digital; literacia midiática; multiplataforma.

Introdução

Modalidades pós-industriais de jornalismo (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013; DEUZE; WITSCHGE, 2016) configuram rupturas em relação a formas dominantes de conceituação e avaliação de suas práticas, em um contexto de mudanças intensivas e complexas que vêm desafiando princípios que consolidaram o campo. As transformações, ainda em curso, passam pela natureza do conteúdo, pela estrutura das redações e das empresas jornalísticas, bem

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação. Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM-UFRGS). Pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Coordenadora do grupo de pesquisa Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD). E-mail anagru@gmail.com

³ Mestre em Comunicação e Informação. Pesquisador no Laboratório de Edição, Cultura & Design (LEAD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail gabrielrhz@gmail.com

⁴ Doutora em Comunicação e Informação. Professora na Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC). Pesquisadora no Laboratório de Edição, Cultura & Design (LEAD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail cristiane_lindemann@yahoo.com.br

⁵ Mestre em Comunicação e Informação. Pesquisadora no Laboratório de Edição, Cultura & Design (LEAD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail gabigrusan@gmail.com

⁶ Doutora em Comunicação e Informação. Pesquisadora no Laboratório de Edição, Cultura & Design (LEAD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail maira.evangelistadesousa@gmail.com

como pelas relações entre organizações de notícias, jornalistas e seus diferentes públicos, incluindo as fontes (PAVLIK, 2001), e são pautadas por mudanças sociais, inovações tecnológicas e interesses econômicos.

A partir da década de 1990, os computadores pessoais e a internet⁷ passaram a ser acessíveis a um maior número de pessoas, ultrapassando os limites de instituições de ensino e de pesquisa. Sua disseminação afetou diversos campos do conhecimento de modo expressivo, delineando o que Castells (2002) vai denominar de “sociedade em rede”, instigando o desenvolvimento de fato dos estudos acerca do fenômeno da convergência, que desde a década de 1970 vinha sendo tratado por diferentes perspectivas em âmbitos diversos da comunicação.

O jornalismo produzido para circulação e consumo em suportes digitais já tem mais de duas décadas. Essa modalidade de jornalismo pode ser associada a três momentos principais de desenvolvimento tecnológico, segundo Bell e Owen (2017). O primeiro foi marcado pelo surgimento da internet comercial e da banda larga. O segundo, pela maior disponibilidade de tecnologias de banda larga e pela web 2.0. O terceiro vem sendo caracterizado pelo surgimento de *smartphones* e da web móvel que ocupam cada vez mais o lugar dos computadores de mesa. Desse modo, a disseminação de conteúdos jornalísticos em suportes digitais na atualidade é ubíqua, manifestando-se, segundo Malik e Shapiro (2017), em: publicações na web (sites), plataformas de redes sociais, web móvel (sites com design responsivo) e publicações (notificações), aplicativos desktop e móveis, e comentários.

No campo jornalístico, pesquisadores têm se dedicado a estudar a convergência a partir da dimensão tecnológica, em especial porque as mídias digitais possibilitam a integração de recursos de diferentes modalidades – visuais/verbais, visuais/imagéticos tanto fixos quanto em movimento, sonoros, táteis etc. – em uma mesma plataforma, cuja lógica de organização baseia-se no hipertexto. Autores como Sábada et al. (2008), Salaverría; Avilés e Masip (2010) e Salaverría e Negredo (2008) vão além, e propõem que esta seja avaliada também sob as perspectivas empresarial, profissional, editorial/conteúdo, dos meios e das audiências. Tal estratégia possibilita a articulação de elementos que auxiliam a compreender a literacia digital relacionada ao jornalismo, observando como diferentes conhecimentos e competências são acionados a partir da leitura de um jornal. A noção de leitura aqui é entendida em sentido amplo,

⁷ Surgiu em meados dos anos 60, como uma ferramenta de comunicação militar idealizada pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, que tinha fins militares e era intrinsecamente ligado às indústrias bélicas. Buscava-se uma rede sem nenhum controle central, no qual as informações seriam transmitidas com rapidez e flexibilidade, em uma rede onde cada computador seria apenas um ponto que, se impossibilitado, não interromperia o fluxo das informações. Em outubro de 1969 entrou em operação a ARPAnet (Advanced Research Projects Agency Network).

relacionada a experiências de acesso a conteúdos multimodais e por diferentes plataformas.

O modelo híbrido de circulação de conteúdos (JENKINS; GREEN; FORD, 2014) que se observa contemporaneamente está ancorado em uma variedade de ferramentas que possibilitam produção, circulação, consumo e recirculação de informações também de modo instantâneo e informal. Enquanto as empresas investem na aceleração do fluxo de conteúdo pelos canais de distribuição, os consumidores utilizam as tecnologias digitais, de modo a potencializarem o fluxo de informações a partir de suas ações participativas ao mesmo tempo que podem interagir uns com os outros. Pesquisas como State of the News Media⁸ (2016), The Platform Press⁹ (2017) e Reuters Institute Digital News Report¹⁰ (2018) evidenciam alterações no consumo de conteúdos nos últimos anos.

A multiplicação das possibilidades de produção, propagação e acesso a conteúdos jornalísticos – com a consequente superabundância informativa e a desinformação, com notícias falsas – e o crescente processo de midiaticização da sociedade (HJARVARD, 2015) colocam a literacia midiática e digital como ponto central para a formação de um cidadão em uma sociedade em rede (CASTELLS, 2002).

Diante deste cenário, o presente artigo sistematiza elementos e princípios que constituem o jornalismo com o objetivo de problematizar como a produção editorial multiplataforma pode contribuir para o desenvolvimento das literacias midiática e digital no cenário de convergência. Trata-se de uma abordagem teórica, fundamentada nas pesquisas bibliográfica e documental.

Jornalismo, campo em transformação

O jornalismo, enquanto atividade que se constituiu na modernidade como um campo de atuação profissional orientado ao interesse público e baseado na credibilidade, tem seus princípios tensionados por questões derivadas dos processos de digitalização que atravessam a cultura. Deuze e Witschge (2016) entendem que a prática jornalística deve ser encarada em constante mudança, com base em uma ontologia do tornar-se ao invés de uma ontologia do ser.

O percurso histórico do jornalismo é cumulativo. Os diferentes formatos da profissão que surgiram ao longo do tempo têm fronteiras fluidas – há uma interação entre as diferentes formas de encarar o campo (SOUSA, 2008). O modelo ocidental de jornalismo, que existe na maioria dos

⁸ Disponível em: <<https://goo.gl/VDjzyk>>. Acesso em: 07 jul. 2018.

⁹ Disponível em: <<https://goo.gl/yt5QZY>>. Acesso em: 07 jul. 2018.

¹⁰ Disponível em: <<https://bit.ly/2JDOTwv>>. Acesso em: 06 jul. 2018.

estados democráticos de direito, é estruturalmente baseado no modelo anglo-americano que surgiu no século XIX; e, para Chalaby (2003), este representa a gênese da profissão, que é herdeira de formatos que emergiram no século XVII, com o surgimento do sistema de impressão.

As condições necessárias para a produção de jornais e para a caracterização do jornalismo como uma atividade baseada na coleta e na transmissão de notícias surgem com o sistema de impressão no século XVII, quando os impressores eram o elo entre a fonte e o público e o jornalista não tinha uma identidade própria (CHARRON; BONVILLE, 2016). Com a emergência do jornalismo de opinião, a atividade profissional coloca-se à disposição das lutas políticas. Nesse período, uma identidade discursiva para os jornalistas começa a ser construída. O jornal ainda não tem feição comercial, porque os limites tecnológicos e o analfabetismo de grande parcela da população o impedem de atingir o grande público (CHARRON; BONVILLE, 2016).

Nas últimas décadas do século XIX, as novas condições técnicas e comerciais possibilitam a produção de jornais em grande escala, assim como a criação de uma rede de coleta de notícias, que permite ampliar a distribuição dos periódicos, que passam a ter mais páginas, maior tiragem e melhor qualidade de impressão. Nesse contexto, os donos dos jornais abandonam os debates políticos e passam a tratar de conteúdos que interessam à maioria da população. Tal estratégia permitiu incrementar o número de leitores de forma substancial juntamente com os ganhos publicitários (CHARRON; BONVILLE, 2016).

A Inglaterra e os Estados Unidos foram os primeiros países a garantir a liberdade formal de imprensa e de expressão (SOUSA, 2008). Nos Estados Unidos, a Primeira Emenda¹¹ da Constituição do país, escrita em 1791, no fim do século XVIII, assegura até hoje o caráter constitucional e inviolável da liberdade de imprensa. Assim, surgiu a segurança jurídica para que a publicação de um jornal se tornasse uma atividade mercantil (NEVEU, 2006), e demarcou os Estados Unidos como o palco para as principais transformações do jornalismo ao longo dos séculos XIX e XX, à medida que as mudanças na profissão no contexto norte-americano provocaram, como por contágio, transformações na profissão praticada na Europa e, de certa forma geral, no mundo (SOUSA, 2008).

A *penny press*, expressão cunhada devido aos baratíssimos preços dos jornais no século XIX viabilizados pela publicidade, foi fundamental para consolidar esse modelo de jornalismo. A primeira geração de jornais populares do século XIX, surgida nos Estados Unidos, logo teve

¹¹ A Primeira Emenda é apenas uma frase: "O Congresso não fará nenhuma lei a respeito do estabelecimento de religião, ou proibindo o seu livre exercício; ou cerceando a liberdade de expressão, ou da imprensa; ou o direito do povo reunir-se pacificamente, e pedir ao governo uma reparação de queixas". Fonte: <<https://goo.gl/WjpnfU>> Acesso em: 05 jul. 2018.

sucessores na Europa – as soluções discursivas, normativas e funcionais da *penny press* contaminaram o jornalismo em âmbito global.

Nos Estados Unidos, quando os jornais adquiriram a capacidade de canalizar as receitas de vendas e publicidade, conseguiram estabelecer uma independência financeira que contribuiu para despolitizar as práticas discursivas jornalísticas e encorajar o desenvolvimento de um jornalismo de informação (SOUSA, 2008). Práticas discursivas identificadas como jornalísticas se estabelecem "em virtude do seu uso ser determinado por normas e valores condicionados por aspectos regulares do campo jornalístico que emergiram na segunda metade do século XIX na Inglaterra e na América" (CHALABY, 2003, p. 36). O modelo anglo-americano, que viria a se tornar referência para o desenvolvimento da atividade na maioria dos outros países, foi o primeiro formato em que a imprensa passou a responder às necessidades práticas e cotidianas da sociedade e se tornou o local perfeito para o jornalismo atingir o *status* de atividade empresarial.

O jornalismo moderno, que iniciou seu percurso como instituição social ainda no século XVII, está passando por transformações; mas as mudanças na profissão são contínuas e não exclusivas das últimas décadas. As renovações tecnológicas e sociais aceleradas provocadas pelas mídias digitais e pela internet deram uma aparência radical para as recentes alterações no fazer jornalístico, principalmente por se colocarem como um entrave para o modelo tradicional de negócios da profissão (ISANI, 2009).

Dois avanços, um de natureza tecnológica e outro de natureza estrutural, já haviam sido fundamentais para as redefinições do fazer jornalístico – o telégrafo e as agências de notícias (PRIMO, 2011). Para Heinrich (2011), estes consolidam, no século XIX, o sistema linear de jornalismo – em que o jornalista tem o controle sobre a informação e sobre o processo de redação da notícia e o meio de comunicação determina sua chegada ao público. Com a digitalização dos processos de comunicação, o panorama muda e a esfera global de notícias supera as limitações impostas pelas tecnologias ponto a ponto (HEINRICH, 2011). Desse modo, a autora sugere que o jornalismo passa a se estruturar em rede, assim como a sociedade.

O rápido desenvolvimento tecnológico, primeiro com a revolução digital que popularizou o computador e o inseriu nas redações, eventualmente integrando-se ao cotidiano dos jornalistas; depois com a internet, que se tornou comum na década de 1990, liberou o polo de emissão da informação, no âmbito de *sites* e mecanismos de busca, evoluindo até se transformar em uma experiência de comunicação eletrônica cotidiana (DARNTON, 2009), transformando a relação do jornalista com a informação e a construção da notícia.

A informação não circula mais em um sentido único – tem-se o fim de seu suposto monopólio na sociedade por parte dos jornalistas e configura-se uma mudança de paradigma que clama por uma reinvenção da prática jornalística (RAMONET, 2012). Os modelos comerciais tradicionais para o jornalismo impresso, de rádio e de televisão estão em crise, pois as pessoas agora podem escolher obter as informações que desejam em múltiplas fontes, muitas das quais são gratuitas, optando menos regularmente pelos meios tradicionais, e mais frequentemente pelas notícias disponíveis através das mídias digitais. A disposição para pagar por informações diminuiu, e a publicidade está migrando também para a internet, junto dos usuários.

O processo de mudança acelerada está fazendo com que o jornalismo seja transformado na maneira em que é produzido, distribuído e utilizado. Novas ferramentas e práticas de produzir informação vêm redefinindo o lugar do jornalismo profissional.

A notícia está em toda parte hoje. Está em todos os tipos de dispositivos móveis digitais, em computadores e telas de televisão em residências e escritórios, em rádios nos carros, mesmo em ônibus e áreas de espera em aeroportos, e, ainda, na página impressa. As notícias vêm agora de uma miríade de fontes ao redor da cidade e ao redor do mundo [...] Notícias agora podem ser produzidas por qualquer pessoa com um celular, tablet ou laptop em qualquer lugar que estejam – além da mídia tradicional com impressoras, torres de transmissão, antenas parabólicas, transmissões por cabo, servidores e acesso às redes sociais¹². (ANDERSON; DOWNIE JR.; SCHUDSON, 2016, p. 52, tradução nossa).

Em meio a esta produção e circulação de informações de cunho noticioso que extrapola o espaço tradicionalmente ocupado por profissionais e veículos, Anderson; Downie Jr. e Schudson (2016) destacam que a atividade jornalística se diferencia por contextualizar informações com base na investigação, verificação, análise e explicação, de modo a orientá-las ao interesse público. Para Kovach e Rosenstiel (2014), o que era chamado de jornalismo se mistura com outras instituições cívicas e passa a ter uma influência menor. No entanto, o jornalismo não está morrendo, está se tornando uma colaboração. Desse modo, os autores propõem que no século XXI o “[...] jornalismo deve reconhecer isso e os jornalistas devem organizar seu trabalho de forma a ajudar o público a usar as ferramentas necessárias para realizar essa forma mais ativa de cidadania.” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2014, tradução nossa¹³).

Entende-se que o sistema normativo que rege a profissão jornalística vem mudando, em função de alterações nas estruturas econômicas, políticas, culturais e sociais da sociedade. Isso

¹² No original: “News is everywhere today. It is on all kinds of mobile digital devices, on computer and television screens in homes and offices, on car radios, even in bus and airport waiting areas, and, still, on the printed page. News now comes from a myriad of sources around town and around the world [...]. News can now be produced by anyone with a digital phone, tablet, or laptop wherever they are – in addition to traditional news media with their printing presses, broadcast towers, satellite dishes, cable transmissions, servers, and social media access.”

¹³ No original: “The journalism of the twenty-first century must recognize this, and journalists must organize their work in a way that helps arm the public with the tools it needs to perform this more active form of citizenship.” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2014).

se reflete no próprio produto jornalístico, a partir de rupturas (que podem ser parciais) de fronteiras, de barreiras, no ciclo editorial, no monopólio da palavra e no modelo de negócios, como propõe Salaverría (2015). Emergem mídias de função pós-massiva, fragmenta-se o público e, ainda que grandes empresas se consolidem (KOLODZY, 2009), o cenário é de hiperconcorrência (CHARRON; DE BONVILLE, 2016), com o surgimento de sites nativos digitais e a inovação ganhando lugar de destaque no campo jornalístico, tanto profissional quanto acadêmico.

Literacia, conceito em discussão

Enquanto a tecnologia desenvolvida até o começo do século XX pode ser denominada como uma tecnologia de propriedades físicas ou tecnologia moderna, o que se vê atualmente, segundo Hand (2008), são tecnologias relacionadas à manipulação da informação ou tecnologias pós-modernas, as quais impactam no surgimento de ambientes culturais mais amplos. A cultura digital aponta para outra materialidade; o texto deixa de ser palpável, passando a ocupar um espaço virtual e provisório, ao mesmo tempo em que passa a ser consumido através de inúmeras plataformas.

Há uma pluralidade de entendimentos sobre cultura digital, porém sua conceituação pode ser articulada em três aspectos centrais e inter-relacionados: acesso, interatividade e autenticidade, afirma Hand (2008). Quanto ao acesso, o autor enfatiza que não basta apenas defender políticas públicas que o facilitem, nem mesmo garantir fornecimento de informações. Há implicações acerca de quais tipos de habilidades e competências são requeridas por parte das instituições e dos cidadãos, e quais implicações isso tem para as formas de organização e identidade. Quanto à interatividade, destaca que, no meio digital, ela produz relações diferentes entre estado e cidadão, produtor e consumidor, cultura e tecnologia; indiscutivelmente transforma os papéis das instituições e está permitindo que um tipo muito diferente de cultura se constitua. Para o autor, parece haver um grande ponto de interrogação sobre a autenticidade da cultura digital em comparação com a cultura pré-digital ou não-digital, o que perpassa aspectos complexos que envolvem noções de reconhecimento, originalidade, verdade, história e conhecimento.

Em uma sociedade em rede, cuja “estrutura social é construída em torno de redes ativas por tecnologias de comunicação e de informação processadas digitalmente” (CASTELLS, 2015, p.70), as tecnologias e as redes são meios de colocar em prática tendências

da estrutura social. Assim, tecnologias de comunicação digital e sistemas de informação são elementos centrais na sociedade atual. Hjarvard (2015) fala em midiatização da cultura e da sociedade, referindo-se aos processos por meio dos quais estas se tornam dependentes das mídias e de sua lógica. “A mídia influencia não somente o circuito comunicativo de emissor, mensagem e receptor, mas também a relação de troca entre a mídia e outras esferas da cultura e da sociedade” (HJARVARD, 2015, p. 53). Fala-se, então, de dois fenômenos relacionados, que resultam em uma superabundância informativa e em um protagonismo das mídias no dia-a-dia, que requer do cidadão uma série de habilidades para lidar com textos em diferentes modalidades e plataformas. Segundo Lipovetsky e Serroy (2011, p.80), nesse contexto em que a informação é abundante, falta “um método de orientação nessa superfatura indiferenciada, para que se alcance uma distância analítica e crítica, que será a única a lhe dar sentido”.

Esse acesso ubíquo à informação e a uma multiplicidade de plataformas requer conhecimentos e habilidades dos leitores para que tomem decisões responsáveis e se tornem cidadãos digitais (HOBBS, 2010). Para isso, ressalta-se a importância do desenvolvimento de competências cognitivas, emocionais e sociais para o uso de textos, ferramentas e tecnologias, o exercício do pensamento crítico e da análise, a prática da criatividade e da composição de mensagens, a habilidade de engajar na reflexão, a participação ativa e a colaboração (HOBBS, 2010). O Conselho da União Europeia entende que

a literacia é uma competência crucial para a vida, habilitando cada cidadão a desenvolver capacidades de reflexão, expressão oral, espírito crítico e empatia, e impulsionando a evolução pessoal, a autoconfiança, um sentido de identidade e a plena participação numa economia e sociedade digital e do conhecimento (CONCLUSÕES DO CONSELHO, 2012, p.1).

A discussão sobre literacia precede, contudo, o atual cenário de convergência (JENKINS, 2009), sociedade em rede (CASTELLS, 2015) e jornalismo pós-industrial (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013; DEUZE; WITSCHGE, 2016). Em parte por isso, há grande debate sobre como denominar esse processo de literacia – literacia midiática, literacia digital e literacia da informação são alguns dos termos usados. Livingstone, Couvering e Thumin (2008) entendem literacia da informação como aquela ligada ao acesso e ao uso ético da informação, enquanto que a literacia midiática¹⁴ relaciona-se ao entendimento, à compreensão

¹⁴ A educação para os mídia foi consagrada na declaração de Grunwald (UNESCO, 1982) como vital para a vida de todos os cidadãos, advogando-se que o exercício inclusivo e abrangente da cidadania requer o uso esclarecido e crítico dos media. [<https://goo.gl/1SPSFg>] A Unesco (2008) apresentou a ideia das Literacias Midiáticas e Informativas (*Media and Information Literacy*), defendendo que são um direito humano fundamental; que aumentando a qualidade de vida humana e o desenvolvimento sustentável da civilização; sendo importante para o desenvolvimento social, econômico e cultural. [<https://goo.gl/9UC9X5>]

de notícias, à crítica e à criação de produtos midiáticos. Ressaltam, porém, que as pesquisas sobre literacia midiática e literacia da informação estão bastante próximas, tendo um mesmo objeto de pesquisa, sendo importante uma relação dialógica entre essas literacias. Da mesma forma, se a informação depende do dispositivo em que é posta em funcionamento (CHARAUDEAU, 2009), a literacia da informação ou midiática está relacionada com a tecnologia. Assim sendo, alguns pesquisadores preferem termos que remetam a novas habilidades, como literacia digital, ciberliteracia ou literacia da internet (LIVINGSTONE; COUVERING; THUMIN, 2008).

Hobbs (2010) diferencia literacia midiática, associada à análise crítica das notícias, do entretenimento e da publicidade, da literacia digital, associada à habilidade de usar computadores e sites de redes sociais. Há, contudo, quem entenda que tamanho foco na tecnologia – usando o termo literacia digital – mascararia as continuidades existentes entre novas e velhas mídias e, portanto, seria melhor usar termos mais amplos como literacia midiática. Ao se optar pela utilização do termo literacia midiática e digital, como proposto por Hobbs (2010), reconhecem-se as continuidades existentes e a pertinência de diversos processos de literacia dos meios tradicionais ao digital. Entretanto, enfatiza-se também a importância do dispositivo em que o discurso é posto em prática, ressaltando que esse ajuda a preparar os sentidos e aciona diversos processos sócio-culturais no leitor (MOUILLAUD, 1997; CHARAUDEAU, 2009). Em uma cultura digital, com um crescente processo de midiaticização, entende-se que mesmo quando se fala de literacia midiática, remete-se a aspectos da literacia digital. Em um contexto de jornalismo convergente (SALAVERRÍA; AVILÉS; MASIP, 2010) e pós-industrial, a prática jornalística é indissociável do digital e assim também deve ser pensada a literacia.

Mihailidis e Thevenin (2013) destacam que tradicionalmente a educação para mídia enfatiza a análise de textos, mas a crescente presença do consumo midiático tem instigado pesquisas que discutem a literacia midiática como a habilidade não só de ler textos, mas de situá-los em um contexto social, cultural e político maior. A literacia midiática, então, prepara os leitores para a participação democrática, lembrando o que Freire (2017) fala sobre inserção lúcida do cidadão na realidade e na situação histórica, levando à crítica desta mesma situação e ao ímpeto de transformá-la.

Bawden (2008) propõe elementos componentes da literacia digital que são: fundamentos (*underpinnings*), base de conhecimentos (*background knowledge*), competências centrais (*central competences*) e atitudes e perspectivas (*attitudes and perspectives*). No âmbito dos

fundamentos tem-se o domínio de aptidões elementares que viabilizam o acesso às diferentes plataformas digitais. Estas são complementadas por *conhecimentos básicos* de fundo, que envolvem a compreensão acerca do modo como as informações (digitais e não digitais) são criadas e comunicadas, e das várias formas de recursos que resultam. Tem-se neles o alicerce que viabiliza a literacia digital e pode-se considerá-los como uma pré-literacia. As *competências centrais* abrangem as capacidades de encontrar, utilizar, lidar com diferentes formatos etc. considerando contextos específicos de uso. Tem-se em vista aqui competências individuais e culturas próprias de comunidades e/ou grupos. As *atitudes e perspectivas*, por sua vez, supõem que se busca o domínio de aptidões e competências digitais, de modo que cada sujeito possa saber o necessário para sua situação singular, tendo em vista sua inserção no espaço social de modo sensível e ético, o que pode envolver aspectos relacionados à privacidade e à segurança.

Literacia e produção editorial multiplataforma

A produção editorial passa por transformações no cenário do jornalismo pós-industrial (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013; DEUZE; WITSCHGE, 2016). Nos suportes digitais o jornal ganha outra lógica de periodicidade. O jornal pode ser atualizado de forma instantânea (BRADSHAW, 2014) e o espaço para a publicação de conteúdo passa a ser teoricamente infinito. Dessa maneira, de acordo com Gruszynski e Sanseverino (2014), o tempo se dá em fluxo, e o espaço, em trânsito, estando potencialmente em contínuo redimensionamento a partir das atualizações dos conteúdos realizadas pelos jornalistas e também dos acessos aos hipertextos pelo público, na medida em que navegam pelos conteúdos. Há, assim, um modelo híbrido de circulação (JENKINS; FORD; GREEN, 2014).

Levando em conta que no contexto da convergência jornalística a disseminação de informações ocorre de maneira ubíqua (MALIK; SHAPIRO, 2017), a produção editorial passa a se dar em multiplataforma:

Se expande e aponta para acoplamentos entre dispositivos diversos. As mídias tradicionais – jornal, rádio, televisão – passam a ganhar outros formatos e incorporar outros recursos modais a partir da digitalização e passam a ser distribuídos e consumidos em suportes físicos diversos, articulando-se a redes sociais, plataformas de vídeo, áudio etc. Novos dispositivos não apenas criam novos pontos de acesso ao conteúdo jornalístico, mas também permitem que os consumidores se conectem com o conteúdo que quiserem a qualquer hora e em qualquer lugar. (GRUSZYNSKI; SANSEVERINO, 2017, p. 15-16).

Ao envolver agenciamentos entre jornais e público, têm-se dinâmicas que envolvem o contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2007) existente entre ambos, que pressupõe um

acordo prévio de reconhecimento das condições de realização de trocas mediadas pela linguagem. Desse modo, o conteúdo jornalístico impresso ultrapassa o suporte inicial de publicação e (re)inventar-se nos suportes digitais, ocorrendo, então, uma continuidade na publicação multiplataforma. Ao englobar os sites de redes sociais e outras modalidades de compartilhamento, estes ganham outros contextos de circulação (GRUSZYNSKI; SANSEVERINO, 2017). Uma vez que no contexto da convergência jornalística surgem novos suportes para a circulação de conteúdos – e, associado a isso, o termo plataforma ganha protagonismo –, entende-se aqui a noção de dispositivo como integradora de ambos, sendo o suporte correspondente à parte física dos equipamentos (computadores, *tablets*, *smartphones* etc.) e plataforma ao espaço informacional que cada um configura.

Observando os elementos propostos por Bawden (2008) no âmbito dos jornais, pode-se entender como relativos aos fundamentos a capacidade de lidar com a materialidade dos artefatos portadores de textos digitais, tendo em vista as diferentes camadas que compõem os dispositivos, matrizes que configuram os conteúdos. A primeira camada corresponde, então, ao *hardware*, que é a base a partir da qual se constituem as demais. A segunda camada abrange sistemas operacionais que são intermediários entre componentes físicos e programas. A terceira é composta de *softwares* que permitem acessar conteúdos multimodais. E, na quarta camada está o conteúdo digital que se quer efetivamente ler, ver, ouvir, interagir etc. Existem também aplicativos integrados a iniciativas convergentes que se agregam à terceira e à quarta camadas. Cada uma apresenta *affordances* que conformam experiências de consumo e que podem integrar-se ao uso de sites de redes sociais e plataformas de vídeos, música, jogos etc. (GRUSZYNSKI, 2016)

Assim, a leitura de um jornal multiplataforma demanda, de um lado, competências elementares ligadas ao manejo dos suportes (ligar, desligar, utilizar botões, carregar bateria etc.), dos sistemas operacionais a eles associados, assim como de outros *softwares* (*browsers* ou aplicativos próprios) que determinam o espaço informacional de acesso aos conteúdos do veículo, componentes dos *fundamentos* da literacia digital. De outro, é necessário o reconhecimento de formas próprias que caracterizam tradicionalmente o jornal impresso – sua marca, organização temática em editoriais, modos de hierarquização de informações etc. –, bem como do jornalismo enquanto prática social, ou seja, uma *base de conhecimentos* que envolve a literacia da informação e midiática.

O âmbito das *competências centrais* pode ser relacionado ao desenvolvimento de aptidões e conhecimentos ligadas às *affordances* próprias dos suportes e plataformas que podem

ampliar, diversificar e proporcionar outras experiências em torno do que se entendia tradicionalmente por jornal, relacionadas ao formato impresso. Tem-se a possibilidade de integrar outras referências temporais e espaciais – periodicidade, atualização contínua, acesso a conteúdo *online* e *offline*, sensibilidade ao contexto dos usuários etc. –, tanto a partir da leitura de uma edição que reproduz o jornal impresso nos dispositivos digitais, como em edições que proporcionam narrativas multimídia que podem se associar a outras plataformas presentes na web, como Facebook, Instagram e Youtube, por exemplo.

A opção por um suporte ou outro para acessar os conteúdos do jornal atende a interesses, situações de uso, hábitos, rotinas, entre outros aspectos, que implicam a capacidade individual de lidar com diferentes modalidades e formatos e informação, que se relacionam com práticas socialmente compartilhadas. *Atitudes e perspectivas* podem emergir daí, tendo em vista que a circulação multiplataforma potencialmente viabiliza uma variedade de modos de interação com os conteúdos da publicação. Cabe salientar, entretanto, que o discurso do jornal não produz significados apenas por aquilo que apresenta como conteúdo editorial, mas a partir do tensionamento das demais esferas da convergência – empresarial, profissional, tecnológica, com a apropriação e recirculação realizada pelo público. Compreender de modo crítico tais articulações não é tarefa fácil, uma vez que estas não ficam evidentes a partir do material editorial.

Partindo-se do entendimento da literacia midiática e digital a partir de Hobbs (2010), entende-se que no âmbito da convergência jornalística há potenciais para sua ampliação pelo contato com novos dispositivos, por mudanças que envolvem a apropriação de linguagens, estilos e características de um meio por outro em dinâmicas de remediação (BOLTER; GRUSIN, 2000) e, por conseguinte, por transformações nos processos de produção, circulação e consumo do conteúdo jornalístico. Assim, diferentes formas de aceder aos textos em suportes digitais “implicam a exploração, aplicação e consolidação de literacia(s) em permanente reconstrução” (MELÃO, 2010, p. 76). A produção editorial multiplataforma corrobora, portanto, para a ampliação da literacia midiática e digital.

Considerações finais

Este artigo sistematizou elementos e princípios que constituem o jornalismo com o intuito de problematizar como a produção editorial multiplataforma pode contribuir para o desenvolvimento da literacia midiática e digital no cenário de convergência. A partir das pesquisas bibliográfica e documental, observou-se que a consolidação de uma novo paradigma

comunicacional – processo ainda em curso – acarreta novas formas de produção, circulação e consumo midiáticos. Tal reconfiguração desencadeia acessos diferenciados a conteúdos multimodais, fundamentados fortemente em experiências multiplataforma, exigindo a postura ativa tanto dos produtores quanto do público consumidor nos processos de literacia midiática e digital. Em meio a tantas mudanças, um dos principais desafios enfrentados pelos jornais no contexto atual – de jornalismo pós-industrial, de convergência jornalística, de midiaticização da cultura e da sociedade e de sociedade em rede – é serem percebidos pelo público como relevantes, o que expressa os sentidos produzidos pelos sujeitos a respeito do papel do jornalismo para a sociedade e para os indivíduos. Esse reconhecimento é construído e reconstruído historicamente e fundamenta o contrato de comunicação entre os veículos e seus públicos.

Ao apropriar-se de suportes digitais (e digitais móveis) para a produção e circulação de conteúdos editoriais, o jornalismo corrobora para a ampliação da literacia midiática e digital. Desse modo, os elementos destacados por Bawden (2008) – tanto em relação aos *fundamentos* da literacia, como referente à *base de conhecimentos* que articula de modo relacionado à mídia e ao tratamento de diferentes modalidades de informação –, podem orientar a produção editorial jornalística contemporânea no sentido de favorecer o desenvolvimento de *competências centrais* que abrangem as capacidades de encontrar, utilizar, lidar com diferentes formatos etc. de uma publicação multiplataforma, considerando contextos específicos de uso e buscando dialogar com perfis diferentes de leitores. Estes podem ainda potencializar *atitudes e perspectivas* emancipatórias, acionadas pelo papel social da atividade jornalística em seu contínuo *tornar-se*. Em um cenário de transformações, espera-se que esta problematização colabore para outros estudos sobre literacia no âmbito do jornalismo.

Referências

- ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C.: Jornalismo Pós-industrial: adaptação aos novos tempos. In: **Revista de Jornalismo ESPM**, abril-junho, N.5, p. 30-89, 2013. ANDERSON, C.W.; DOWNIE Jr, L.; SCHUDSON, M. **The News Media**: What everyone needs to know. New York: Oxford University Press, 2016.
- BAWDEN, S. Origins and Concepts of Digital Literacy. In: LANKSHEAR, C.; KNOBEL, M., (eds.) **Digital literacies**: concepts, policies and practices. Nova Iorque: Peter Lang Publishing, 2008, pp. 17-32.
- BELL, E.; OWEN, T. **The Platform Press**: How Silicon Valley reengineered journalism. Nova York: Columbia Journalism School, 2017.
- BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation**. Understanding New Media. Cambridge: The MIT Press, 2000.

- BRADSHAW, P. Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, João (Org.). **WebJornalismo: 7** Características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCOM, 2014. p. 111-136.
- CHARRON, J.; DE BONVILLE, J. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular; Brasília: FAC Livros, 2016.
- CONCLUSÕES DO CONSELHO SOBRE A LITERACIA. **Jornal Oficial da União Europeia**, 19.12.2012. Disponível em: <<https://goo.gl/HbrHzt>> Acesso em 27 abr. 2018.
- BULGER, M.; DAVISON, P. **The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy**. Nova Iorque: Data & Society Research Institute, 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/TiuAsF>>. Acesso em 27 abr. 2018.
- CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Volume I. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- CASTELLS, M. **O poder da comunicação**. São Paulo: Paz e Terra, 2015.
- CHALABY, J. O jornalismo como invenção anglo-americana: comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano (1830-1920). **Media & Jornalismo**, Lisboa, v. 3, n. 3, p. 29-50, 2003.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.
- DARNTON, R. **A questão dos livros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- DEUZE, M.; WITSCHGE, T. O que o jornalismo está se tornando? **Parágrafo**, v. 4, n. 2, 2016, pp. 06-21.
- FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017.
- GARCÍA, A. E. M. Tecnologías de la palabra en la era digital: de la cultura letrada a la cibercultura. **Relatec: Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa**, V.8, N.2, 2009, pp. 15-36.
- GRUSZYNSKI, A.; SANSEVERINO, G. Processos de produção e design editorial multiplataforma: um olhar sobre o jornal Zero Hora. **Lumina**, v. 8, n. 2, 2014.p. 1-23.
- GRUSZYNSKI, A.; SANSEVERINO, G. Design de jornais multiplataforma. In: **Anais do XV Congresso da Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação – IBERCOM**, 2017, Lisboa – Portugal. Anais... Lisboa: 2017.
- GRUSZYNSKI, A. Dispositivos de leitura no cenário de convergência de mídias. In: RÖSING, T.; ZILBERMAN, Regina (Eds.). **Leitura: história e ensino**. Porto Alegre: Edelbra, 2016, pp.169-187.
- HAND, M. **Making digital cultures: access, interactivity, and authenticity**. England: Ashgate Publishing, 2008.
- HEINRICH, A. **Network Journalism: Journalistic Practice in Interactive Spheres** (Routledge Research in Journalism). Routledge, 2011.
- HJARVARD, S. Da Mediação à Miatização: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, v. 3, n. 2, 2015, pp. 51-62.
- HOBBS, R. **Digital and media literacy: A plan of action**. Washington, DC: Aspen Institute and Knight Foundation. Washington: The Aspen Institute, 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/LBWqzK>> Acesso em: 06 jul. 2018.
- ISANI, S. Journalism FASP & fictional representations of journalists in popular contemporary literature. In: **Langues & cultures de spécialité à l'épreuve des médias**. [S.I.], 2009. Disponível em: <<https://ilcea.revues.org/251>>. Acesso: 12 mar. 2017.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- JENKINS, H.; GREEN, J; FORD, S.: **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.
- KOŁODZY, J. Convergence Explained. In: GRANT, A. E.; WILKINSON, J. S. (Orgs.). **Understanding Media Convergence**. New York: Oxford University Press, 2008.

- KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **The elements of journalism**. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. New York: Three Rivers Press, 2014. Livro eletrônico, não paginado.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A cultura-mundo**: resposta a uma sociedade desorientada. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- LIVINGSTONE, S., COUVERING, E. V., THUMIN, N. **Converging traditions of research on media and information literacies**: Disciplinary, critical, and methodological issues. Nova Iorque: Lawrence Erlbaum Associates, 2008.
- MALIK, A.; SHAPIRO, I. What's digital? What's journalism? In: FRANKLIN, Bob; ELDRIDGE, Scott (Orgs.). **The Routledge Companion to Digital Journalism Studies**. London, New York: Routledge, 2017. Livro eletrônico, não paginado.
- MASIP, P.; GUALLAR, J.; PERALTA, M.; RUIZ, R.; SUAU, J. Audiencias activas y periodismo¿ Ciudadanos implicados os consumidores motivados? **Brazilian Journalism Research**, V. 1 , N. 1, pp. 240-262, 2015.
- MELÃO, D. Ler na era digital: os desafios da comunicação em rede e a (re)construção da(s) literacia(s). **Exedra**, n. 3, pp. 75-89, 2010.
- MIHAILIDIS, P.; THEVENIN, B. Media literacy as a core competency for engaged citizenship in a participatory democracy. **American Behavioral Scientist**, v. 57, n.11, pp. 1611-1622, 2013.
- MOUILLAUD, M. Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, M.; PORTO, S. D. (Orgs.). **O jornal**: da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- NEVEU, E. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.
- PAVLIK, J. V. **Journalism and New Media**. Nova Iorque: Columbia University Press, 2001.
- PRIMO, A. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, v.02, n.25, p. 130-146, dez. 2011.
- RAMONET, I. **A explosão do jornalismo**: das mídias de massa à massa de mídias. São Paulo: Publisher, 2012.
- SALAVERRÍA, R. Mídia e jornalistas: um futuro em comum? **Parágrafo**. v.1, n.3. jan/jun de 2015.
- SÁBADA, C. et al. Métodos de investigación sobre convergencia periodística. In: PALACIOS, M.; NOCI, J. D. **Metodologia para o estudo dos cibermeios**: estado da arte & perspectivas. Salvador: EDUFBA, 2008, pp. 11–27.
- SALAVERRÍA, R.; AVILÉS, J.; MASIP, P. Concepto de convergencia periodística. In: GARCÍA, X. L.; FARIÑA, X. P. (coords.) **Convergência Digital**: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España. Santiago de Compostela: Universidade, Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, 2010, p. 41–64.
- SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo integrado**: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Editorial Sol90, 2008.
- SANTOS, R.; AZEVEDO, J.; PEDRO, L. Literacia(s) digital(ais): definições, perspectivas e desafios. **Media & Jornalismo**, v. 15, n. 2, pp. 17-44, 2015.
- SOUSA, J. P. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. In: SOUSA, J. P. (Org.). **Jornalismo**: história, teoria e metodologia da pesquisa. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008.