

Entrevistado: Jesus Flores Vivar



Doctor en Ciencias de la Información (Universidad Complutense de Madrid), Licenciado en Ciencias de la Comunicación (Periodismo) Master en Información y Documentación (Universidad Carlos III de Madrid), Experto en Tecnologías Multimedia y Digitales (ETSIT-Fundetel-Universidad Politécnica de Madrid). Profesor-Investigador.

Profesor de Tecnología de la Información y Comunicación e Información Escrita (Fundamentos de Periodismo y Tecnologías de la Información). Anteriormente, ha impartido: Información Económica y Tecnología del Libro en el Dpto. Periodismo II (UCM). Su experiencia docente abarca, además, la impartición de: Periodismo Especializado Online, Internet Nuevo Canal de Comunicación, Introducción a los Medios de Comunicación y Periodismo Económico en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Antonio de Nebrija; Profesor-colaborador del Master de Información Económica y del Master Oficial de Periodismo (UCM), Profesor-Consultor de Multimedia y Comunicación en la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y Profesor de Ciberperiodismo en el Master de Periodismo ABC-UCM. Así mismo, ha impartido seminarios y conferencias sobre: Nuevos medios, Blogs, Comunicación Digital, Comercio Electrónico y Gestión del Conocimiento en otros centros e instituciones españolas (Diputación de Cádiz, Universidade A Coruña, U. CEU-San Pablo, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad de Oviedo, UNED-La Rioja, Universidad Internacional de Andalucía -La Rábida-, Universidad de Valencia, Escuela de Verano UCM, Colegio de Ingenieros Informáticos de Galicia, Centro Manesfields-IMEFE, etc.) y universidades internacionales (Universidad Nacional Autónoma de México; Universidad Andina Simón Bolívar y Asociación de la Prensa de La Paz - Bolivia; Tecnológico de Monterrey - México y Universidad Nacional San Antonio Abad-Perú), entre otros centros.

Os desafios do ensino, da pesquisa e da prática jornalística na complexidade tecnológica

Entrevistador(a): Katarini Miguel¹

O jornalista e professor da Universidade Complutense de Madri Jesus Flores Vivar construiu sua carreira investigando os conceitos e as aplicabilidades tecnológicas no universo da comunicação e informação. Nascido no Peru, mas radicado há quase 30 anos em Madri, na Espanha, se graduou em Ciências da Comunicação - Jornalismo, com mestrado em Informação e Documentação pela Universidade Carlos III de Madri e se doutorou em Ciências da Informação na Universidade Complutense de Madri, onde atualmente é professor titular, investigador na linha de pesquisa Estudos de Tecnologias e Ciberjornalismo e coordenador do Internet Media Lab², laboratório que reúne pesquisadores de tecnologias digitais, novos modelos informativos e negócios. Atuou como professor visitante em universidades da Itália (*Universidad de Roma- La Sapienza* e *Universidad de Florencia*) e dos Estados Unidos (*Center for Science and Innovation Studies / Universidad de California Davis* e *RCC Harvard University*). Entre suas publicações mais recentes estão “*Ciberperiodismo: nuevos medios, perfiles y modelos de negocio en red*” (Editora USMP, Lima, 2014); “*Contenidos y servicios periodísticos en las redes sociales*” (Editora Fragua, Madri, 2014) e “*Webdocencia*” (Edit. Serv. Pub. UCM, Madrid, 2013).

Entre fevereiro e abril de 2016, realizou atividades, aulas e desenvolveu projeto para a implantação de *medialabs* no curso de jornalismo da Universidade Estadual Paulista (Unesp), em Bauru (SP), por meio do programa de professor visitante da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp). Nesse período, esteve também na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) para ministrar a aula “Evolução do ciberjornalismo: narrativas e perfis profissionais” aos discentes do Programa de Mestrado em Comunicação da UFMS, quando concedeu a entrevista a seguir. Tanto na palestra como na entrevista, assim como na sua extensa pesquisa, o professor colocou em xeque a crise do jornalismo e suas possibilidades de sobrevivência e revigoração frente às tecnologias. Ele também falou dos desafios de

¹ Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Docente no curso de jornalismo e no mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: katarini.miguel@ufms.br

² Disponível em: <http://internetmedialab.com>. Acesso em: 12 mai.2016

uma docência analógica diante de alunos totalmente digitalizados, e sugeriu otimismo: “devemos falar em evolução e oportunidade”.

Professor, o senhor aborda em suas pesquisas e palestras o papel do ciberjornalismo, e parece que ele é determinante em uma crise do jornalismo ou dos jornalistas que estamos enfrentando há pelo menos 10 anos. No Brasil, notícias de demissões em massa em grandes empresas de comunicação são corriqueiras. O portal Comunique-se levantou que em 2015 foram demitidos pelo menos 1.400 jornalistas de empresas como O Globo, grupos Folha, Estadão, Bandeirantes³. As redações estão cada vez mais enxutas, o que gera uma real insegurança nos profissionais, especialmente nos novos jornalistas ou nos aspirantes, no caso, os universitários. Nesse sentido, as tecnologias se mostram de fato com uma alternativa de sobrevivência ou de revitalização do jornalismo? O jornalista Ignácio Ramonet falou da explosão do jornalismo na era digital⁴. Mas, ponderando, será que a tecnologia é um salvador ou um algoz para a prática jornalística?

A crise do jornalismo acontece em nível mundial. Uma crise estrutural. Podemos dizer que é endêmica, inclusive. Vamos viver permanentemente com isso e as tecnologias têm relação direta. Mas não devemos falar apenas de crise, porque isso estamos fazendo desde 2005, devemos falar de evolução e de oportunidade. Porque nós, como professores de jornalismo, temos que transmitir em primeiro lugar ilusão aos nossos alunos. Se não transmitirmos ilusão estamos equivocados. Claro que não se trata de enganar, mas de mostrar a situação real do mercado e trabalhar alternativas a partir daí. E essa situação real só conseguimos identificar quando fazemos pesquisas, investigações, que abarquem, sobretudo, as tecnologias da informação, porque elas estão impactando diretamente o fazer jornalístico. As tecnologias nos permitem criar novos modelos narrativos, novos modelos informativos e também novos modelos de negócios. Precisamos usar as tecnologias a favor do jornalismo e da comunicação, mas essa tarefa precisa ser estudada e compreendida por pesquisadores, profissionais e pelos estudantes, que têm papel fundamental. E o professor, nesse sentido, deve ser um facilitador, uma espécie de mentor dos estudantes. Vejo nesse momento duas oportunidades. Uma seria obviamente a tecnologia e, a outra, o público, que segue interessado em notícia, em notícia de qualidade, de interesse e relevância. E nesses

³Disponível em: <http://portal.comunique-se.com.br/especiais/79757-2015-chega-ao-fim-com-mais-de-1-400-demissoes-na-area-de-comunicacao>. Acesso em: 12 mai. 2016.

⁴ RAMONET, Ignacio. A explosão do jornalismo na era digital. In: MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, Poder e Contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo, 2013, p. 85-102.

tempos em que vivemos um excesso de informações a nível mundial, por conseguinte, o novo perfil do jornalista exige que se invista na qualidade da informação, porque as pessoas estão exigindo informação adequada em meio ao caos informativo, e quem consegue fazer isso são pessoas formadas, um profissional que tenha os valores do jornalismo e, ao mesmo tempo, tenha habilidade com as tecnologias e pense de forma digital.

Pensar no digital nos leva a refletir sobre o conteúdo jornalístico na internet. Mas no Brasil o jornal impresso ainda exerce grande autoridade. É forte o imaginário do papel como transmissor da verdade do fato. A Pesquisa Brasileira de Mídia (2015), encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República ao Ibope⁵, levantou que as pessoas atribuem mais confiança ao que é publicado no jornal impresso e, por último, na internet. Além disso, se deposita credibilidade em meios digitais já pretensamente conhecidos, como dos grandes conglomerados de mídia, os quais sabemos que, apesar de serem socialmente vigiados, têm muitos equívocos, conflitos de interesse, deslizos éticos. Enfim, será que o ciberespaço já possui autonomia suficiente para um jornalismo exclusivamente online?

As pessoas, no seu imaginário, têm efetivamente a ideia de que os meios impressos proporcionam qualidade e credibilidade. Por outro lado, esses meios estão na internet, então o raciocínio seria: se as mídias tradicionais estão na internet quer dizer que a informação é confiável. Um debate intenso que acompanho é com relação aos meios tradicionais que foram para a internet e aqueles que já nasceram no ambiente web e, portanto, não teriam lastro. Os meios exclusivamente digitais mentem? Sim, mas podemos assinalar inúmeros exemplos de meios impressos que não checam as notícias, cometem erros gramaticais, de redação, de coerência de ideia e até mesmo de edição, porque editores limam textos sem atenção à sua estrutura, muitas vezes pelo espaço limitado e linhas editoriais engessadas. E isso é qualidade? O que é qualidade na verdade? Sem embargo temos vantagens nos meios digitais. Primeiro porque não temos problema de espaço, depois porque se cometermos um erro as pessoas já anunciam e temos a possibilidade de corrigir em tempo real. Existe uma possibilidade de interação, de convivência e compartilhamento com o público leitor, e a informação passa a vir de baixo para cima, e antes só poderíamos pensar de cima para baixo. Frente a isso, porque manter a ideia que os meios digitais não são confiáveis? É verdade que no princípio da

⁵ Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 12 mai.2016.

internet os blogs e redes sociais tratavam, muitas vezes, de especulações, rumores, informações que não eram checadas. Mas os meios e, sobretudo, os próprios profissionais de comunicação, passaram a investir na credibilidade, porque se identificou que hoje o meio fica em segundo plano e o que importa é o profissional, investir no que temos denominado como marca pessoal. Há exemplos de profissionais que simplesmente deixaram as mídias comerciais para atuarem de forma independente e os leitores continuam acompanhando. O meio pouco importa, a fidelidade à empresa é substituída pela fidelidade ao profissional, ao que ele representa. Com isso, se ele mente ou peca na qualidade da informação que transmite, terá sua reputação diretamente marcada.

Então podemos dizer que a marca pessoal está substituindo ou já se sobrepôs à marca empresarial?

Claro! Não quero entrar aqui em questões ideológicas, que são perfeitamente discutíveis, mas na dinâmica do mercado. Esse fenômeno é visível aqui no Brasil. Por exemplo, o jornalista Ricardo Noblat, que trabalhou em diferentes projetos e grupos de comunicação, acabou se dedicando a criar seu blog e sua própria marca, continuou com os seguidores, até que foi cooptado pelo portal do jornal O Globo. Nos Estados Unidos, na Espanha, observamos o mesmo fenômeno. E, assim, muitos profissionais estão criando sua própria marca e isso só se consegue com qualidade, conteúdo de relevância, com dedicação por parte do jornalista e tempo de experiência, obviamente não é do dia para a noite. E, nesse sentido, vemos uma real possibilidade de desenvolvimento profissional no campo de jornalismo que pode ser apresentada aos estudantes que têm receio de não conseguir um espaço de atuação.

Mas esses novos modelos de negócios e perfis profissionais são colocados em debate nas faculdades de comunicação? Tudo indica que temos uma academia analógica para um universo estudantil e uma realidade digitais. Como dar conta de formar jornalistas na contemporaneidade?

Vejo que grande parte dos alunos formados está na indústria da comunicação, na indústria de conteúdos informativos. Mas o que fazem? Precisamos identificar, por meio de pesquisas, os perfis profissionais para saber o que estão fazendo e onde estão atuando os jovens jornalistas, por exemplo, para repensarmos nossos planos de comunicação nas

instituições de ensino e sabermos realmente o que a indústria precisa. Somos nós, os investigadores, que precisamos pesquisar essas demandas, saber o que a sociedade precisa, o que o mercado espera. Mas quando afirmo isso há sempre quem conteste que a universidade não trabalha para o mercado, e isso é verdade, concordo plenamente. A universidade é criação, é ciência, deve se manter na doutrina científica, mas também é verdade que temos que nos adaptar aos novos tempos, e esses tempos clamam por mudanças. Temos que assumir o desafio de formar profissionais de acordo com as demandas da época. Estamos formando de maneira autônoma, desvinculada, e até autoritária, o que não corresponde às expectativas sociais. Os alunos estão aprendendo mais fora na universidade, lendo manuais, tutoriais. Converso com jovens que se formaram na universidade, mas eles assumem que o que fazem atualmente no mercado de mídia não aprenderam propriamente na universidade. E isso tem que ser uma preocupação dos jovens investigadores. Ainda mantemos uma filosofia de ensino do século passado. Temos que evoluir. Há analistas que apontam que a partir de 1994 o mundo profissional mudou radicalmente, 180 graus. Eu, particularmente, vejo uma mudança radical a partir de 2005, com a aparição da web 2.0, das redes sociais, dos blogs, do fenômeno *wikis*. O problema é que tanto a cultura profissional como a formação nas universidades não mudaram na mesma magnitude. E daí eu vejo dois desafios: abordar planos de estudo que estejam de acordo com o estado atual do aprendizado, do que realmente necessita o profissional e, por outro lado, o mais importante, introduzir definitivamente a cultura digital na mente das pessoas. Parece difícil, mas cada vez mais as pessoas estão usando as tecnologias, inclusive os mais velhos, que jamais pensaram em usar um celular e hoje assumem e se adaptam aos aparatos tecnológicos, ajustam suas mentes para o trabalho tátil. Por exemplo, já dominam o *touchscreen*. E se de um lado isso acontece até de forma natural, corriqueira, por outro não estamos refletindo de fato o que essas mudanças significam no âmbito acadêmico. Tem implicações diretas no cotidiano, mas parecem não atingir os planos de ensino. Claro que os planos não são uma decisão simples e meramente pessoal, dependem de decisões governamentais, institucionais.

Não sei se o senhor tem conhecimento, mas no Brasil, o Ministério da Educação, por meio da Resolução nº1, de 27 de setembro de 2013, instituiu as diretrizes curriculares para o curso de graduação em Jornalismo especificamente e não mais como uma habilitação da comunicação social. Em linhas gerais, exigiu uma

integração entre teoria e prática específicas da carreira jornalística, com destaque para a atividade profissional. O documento gerou discussões e resistência por parte dos pesquisadores e docentes que acreditam que a teoria deve se sobrepor à prática. A aplicabilidade é mais simples, se aprende rapidamente no mercado de trabalho, mas a formação conceitual e crítica é papel das universidades. Como o senhor vê essa problematização?

A implantação de um programa exclusivamente de jornalismo eu penso que é um salto positivo, trata-se de um reconhecimento explícito da profissão e como disciplina de conhecimento, o que me parece fundamental. Reconhecer o jornalismo no guarda-chuva da comunicação é interessante, mas o mundo tende a uma superespecialização e não podemos ser *'todistas'*, temos que ser especialistas, é a real demanda. A teoria e a prática têm que atuar de forma transversal.

O método de aprendizagem, na minha opinião, tem que ser aquele de hospital docente. Explico. Uma vez que o aluno tenha passado evidentemente pela formação teórica, metodológica, tenha conhecido os caminhos da ciência, a formação primária dos dois primeiros anos, os dois anos seguintes devem ser fundamentalmente de práxis. A analogia do hospital docente indica que o professor tem que fazer um trabalho de mentor, acompanhando o aluno na prática e, nesse sentido, é importante trabalhar com grupos reduzidos. Ensinar os alunos como fazer: desde como se segura o bisturi, desde o começo de uma pretensa operação. Um método de aprendizagem baseado no ensaio e no erro, mas para isso precisamos de novos formadores e que eles tenham as ferramentas para trabalhar.

O problema da atualidade é que muitos docentes e discentes não realizam inovações, não porque não saibam ou não queiram, mas realmente não têm estrutura material para desenvolver novas práticas de ensino, mas avalio que a falta de estrutura física pode ser compensada de forma teórica. Temos que pensar em métodos inovadores, quando há espaço, mas os estudantes têm que ter elementos de fundo para saber o porquê estão utilizando determinada tecnologia. Uma das coisas que temos possibilidade de fazer na Espanha com facilidade é a reestruturação dos planos de ensino - redesenhar programas defasados no papel e também na prática, claro. Posso me colocar como exemplo. Quando comecei a ministrar disciplinas de tecnologia, o auge era o *videotex*, tecnologia usada até pela BBC. Tive que conhecer e estudar na concepção teórica e prática essa tecnologia, mas agora acabou, não posso insistir nisso, retirei do meu programa e devo incluir novos itens, acompanhar, me atualizar. Quem

trabalha com tecnologia sabe que deve assumir o compromisso de se manter em constante atualização, não tem como se acomodar e achar que vai ministrar a mesma aula por 10 anos ou dois anos que seja. Por isso, é importante que o sistema universitário mundial evolua, principalmente a nova geração de professores, porque o ensino tradicional não cabe mais e os professores analógicos vão deixar seus postos.

Falar em ensinar a prática não é um pouco anacrônico para os nativos digitais? Eles já chegam à universidade dominando a técnica muito mais que os professores. É possível que o professor ensine técnica a alunos com esse perfil?

Isso de fato ocorre em todas as universidades do mundo. Na Complutense vivenciamos isso. É uma situação mundial, alunos que controlam a tecnologia de forma muito ordinária, dominam a técnica e aprendem muito rápido, e temos que assumir que estão nos superando nesse sentido. Mas vejo aí uma oportunidade para os docentes, porque eles devem repensar constantemente seus métodos de ensino e serem facilitadores, como tenho dito: não vai ensinar a lidar com as tecnologias, mas como canalizar a habilidade, a destreza que tem para perseguir um objetivo. Porque ainda que sejam nativos digitais, podem ser praticamente analfabetos digitais. Realmente, quando eu ministro a disciplina de Tecnologia Multimídia aplico um teste com 25 perguntas que tem a ver com o uso da tecnologia propriamente, e sabe quantas perguntas em média eles conseguem responder corretamente? No máximo cinco perguntas, relacionadas a ferramentas que estão usando cotidianamente. Então, a primeira conclusão: são analfabetos digitais, agem de forma meramente intuitiva, fazem, mas não sabem o que estão fazendo. Depois, com esse diagnóstico, eu trato de ver como vou canalizar tudo isso. Existem nativos digitais ignorantes, que controlam a tecnologia, mas não têm ideia realmente do que implica a tecnologia ou como podem usá-la na produção de conteúdo, por exemplo. Tem estudantes que manejam redes sociais, controlam blogs, mas quando são questionados sobre conceitos ou sobre como usar os elementos do blog, das redes, de forma mais efetiva, ou mesmo se precisam identificar as denominações do que têm entre suas mãos, eles não têm ideia, e se a gente não fala sobre isso, não explica, evidentemente é como se não tivessem passado pela universidade, porque saber manejar tecnologias também o sabem os jovens que estão fora da universidade. E onde está nosso diferencial? A matriz diferencial está justamente no conhecimento que ele tem sobre o que está utilizando, na capacidade de entender e problematizar as ferramentas e

isso é a tarefa do professor investigador. Ao professor não lhe demanda ter que saber mexer com todas as técnicas, mas ele precisa conhecer, estudar a realidade, problematizar. Por exemplo, o tema da segurança: até que ponto as redes sociais são seguras ou não? Vou estudar, pesquisar do ponto de vista teórico, ler casos, e vou levantar dados para debater em sala de aula. Posso não competir com o aluno na parte técnica, mas tenho arcabouço teórico para levantar questionamentos e fazer pensar, redirigir o conhecimento para algo positivo, para pensar em novos modelos de negócio, novas narrativas, novos contextos informativos. Enfim, trabalhar a ferramenta com conhecimento, não porque de forma empírica o aluno aprendeu como fazer, mas porque estamos construindo uma complexa cultura do conhecimento.

Voltando ao jornalismo na internet, e pensando justamente que precisamos inovar, acompanhar as tendências e proporcionar experimentação aos alunos, temos as narrativas *longform*, desenvolvidas na web, que no Brasil estão sendo estudadas, por exemplo, pela pesquisadora Raquel Longhi⁶. É uma nova prática que sai dos conteúdos mais curtos, instantâneos e objetivos, para um investimento interessante em textos extensos, que aproveitam as vantagens do espaço ilimitado da web e as possibilidades de integrar diferentes mídias. Nesse sentido, esses formatos provam, ao contrário do que já se pensou, que a web não significa a morte das reportagens? Podemos ter um processo de retomada?

Temos primeiro que identificar duas questões. De um lado estão as notícias, que requerem instantaneidade e, de outro, as reportagens, que precisam ser trabalhadas de forma mais complexa, com profundidade, pluralidade e contraste de fontes. Mas esse tipo de jornalismo, conhecido conceitualmente como *longform*, mas também como *slowform* no mundo anglo-saxão, jornalismo exaustivo, em profundidade, de imersão, é demasiadamente favorecido pelas tecnologias. Primeiro porque eu não tenho limitação de espaço e ainda potencializo a informação com os distintos elementos multimídias e, depois, porque posso desenvolver reportagens atemporais, que resistem ao tempo, sem preocupação com a atualidade. Vejo que alguns gêneros jornalísticos se fortalecem nesse âmbito, por exemplo, os documentários. A televisão espanhola está investindo nisso e utilizando técnicas de vanguarda. Através de laboratório de inovação estão

⁶ Ver recentes trabalhos como: LONGHI, Raquel Ritter. O turning point da grande reportagem multimídia. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 21, n. 3, set.-dez. 2014. p. 897-917 e LONGHI, Raquel Ritter e WINQUES, Kérley. O lugar do longform no jornalismo online: Qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo. In: **Brazilian Journalism Research**, v.1, n.1, 2015. p.110-127.

produzindo reportagens que estimulam e convidam a seguir lendo, com diferentes possibilidades de interação e leitura. Estamos rompendo a rotina do jornalismo acabado. E ele não se esgota em você, se você gosta compartilha, envia para conhecidos, replica para que todos conheçam. Uma forma de viralizar, inclusive, e dar mais alcance ao conteúdo. Mas obviamente que uma reportagem não se faz da noite para manhã, esse tipo de produto leva tempo e investimento, precisamos, nesse sentido, conhecer e usar recursos potentes e, com conhecimento, mostrar aos alunos essa alternativa e outras. Defendo que existem novos gêneros se formando na web, por exemplo, os *mashups*, conteúdo com apoio de mapas. Temos ideias, novas tecnologias envolvidas e geração de conteúdo que precisam ser pensadas fora dos padrões já existentes, porque de fato formam um novo gênero. Os mais conservadores não admitem uma nova nomenclatura. Mas devemos seguir nos aprofundando, investigando, tudo se constrói na experimentação, na verificação de teorias. Eu, nos seminários que participo, nas minhas pesquisas e em sala de aula fico mais convencido que os profissionais da comunicação serão cada vez mais necessários, não há como pensar em um mundo de informação globalizado sem os intermediadores.

Pelo que o senhor tem observado como pesquisador e jornalista, no Brasil existem experiências interessantes de inovação nos modelos de negócios jornalísticos? Há exemplos?

Estive no Brasil em três universidades – Universidade Estadual Paulista, Universidade Estadual de Ponta Grossa e Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, e posso dizer que há um interesse crescente sobre os temas da inovação, apesar de saber que os professores que contatei são aqueles já com pesquisas e experiências nesse tema. Mas seguem preocupados, interessados em inovar, em conhecer mais. Há projetos na Unesp, como o que está sendo desenvolvido pelo professor Denis Renó, o Mobilar⁷, que vem nesse sentido. Em Ponta Grossa (UEPG) estão atuando com cultura e tecnologia, e a UFMS é pioneira na realização de congresso sobre ciberjornalismo. No ponto de vista profissional não tenho conhecimento efetivo do que está sendo produzido, mas vejo um interesse geral frequente no hiperlocalismo. Algumas cidades estão desenvolvendo a informação local, uma iniciativa que está gerando resultados. Mas o que falta ver é a rentabilidade dos projetos. Eu desenvolvo um excelente projeto de comunicação, mas

⁷ Disponível em: www.laboratoriomobilab.wix.com/mobilab. Acesso em 12 mai.2016.

estou ganhando com isso? Conheço produtos magníficos, reportagens multimídias de grande relevância e interesse, mas a pergunta que fica, para se estabelecer no mercado, é como ganho dinheiro com isso. Porque o profissional que vai trabalhar com narrativas digitais, jornalismo de imersão, social, precisa ter retorno financeiro e, por enquanto, a maior parte das ideias não tem se importado muito com isso, mas sem sustentabilidade não vejo continuidade...

Entre os modelos de negócio promissores na web estavam os blogs, questão que você discute em artigos e no livro ‘Blogs y periodismo en la red’⁸. O fenômeno dos blogs foi surpreendente, mas o modelo aparentemente perdeu espaço para as redes sociais, como o Facebook. Podemos dizer que os blogs continuam com relevância no mercado de informação, são ainda plausíveis e rentáveis?

Os blogs são um fenômeno consolidado e não uma moda. No ponto de vista da marca pessoal foi inédito na conquista de influência e seguidores e, no ponto de vista tecnológico, vejo os blogs mais na vanguarda do que as próprias redes sociais. Cito exemplos. O código fonte do *Washington Post* está desenvolvido a partir de uma plataforma de blog. Esse jornal migrou todos os seus conteúdos para a plataforma do wordpress, pasme! E a vantagem é a estrutura, as possibilidades de uso, a capacidade de interação que os blogs oferecem. Essa capacidade de interação surgiu nos blogs e não nas redes sociais. As outras plataformas depois se apropriaram das características dos blogs. Outras duas ferramentas que foram inauguradas pelos blogs: o uso de hiperlinks e da caixa de comentário - que foi pioneira nos blogs, e possibilitou comentar sobre os conteúdos, uma grande inovação, claro. Sempre indico que não se crie barreiras para os comentários, deixem as pessoas se expressarem. Para estabelecer uma marca pessoal, uma fidelização, é essencial o contato direto, uma plataforma livre. Por isso, deixem que comentem, que critiquem (risos). É uma possibilidade tecnológica que não podemos negligenciar. Na Espanha temos uma expressão quixotesca que diz *deja que los perros ladren es señal de que avanzamos...* Não importa que latam, mas avancemos.

⁸ HERREROS, Mariano Cebrián, VIVAR, Jesus Flores. **Blogs y periodismo en la red**. Madri: Editorial Fragua, 2007