

A aplicação do método 'World Café' no ensino do Jornalismo

The application of the method 'World Café' in Journalism teaching

Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo



LILIAN SABACK DE SÁ MORAES¹

RESUMO

Este relato de experiência apresenta os resultados obtidos com a aplicação da metodologia 'World Café' com os alunos de Mídias Locais, disciplina oferecida no 7º período do curso de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). O método de Brown e Isaacs (2007) estabelece o diálogo como estratégia de geração de novas ideias. Sua inclusão como ferramenta de sala de aula ocorreu no segundo semestre de 2015, com o objetivo promover uma conversação colaborativa que estimulasse os alunos a produzirem propostas de novas narrativas que se insiram assertivamente no novo contexto da comunicação.

PALAVRAS-CHAVE

World Café. Ensino de Jornalismo. Mídias Locais. Metodologia. Comunicação.

ABSTRACT

This experience report presents the results obtained from the application of the methodology "World Café" with the students of Local Media, subject offered in the 7th period of the Social Communication course of Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). The method of Brown and Isaacs (2007) establishing dialogue as a strategy for generating new ideas. Their inclusion as a classroom tool during the second half of 2015 with the objective to promote a collaborative conversation that would encourage students to produce proposals for new narratives that fall assertively in the new context of communication.

KEYWORDS

World Café. Journalism teaching. Local Media. Methodology. Communication.

Recebido em: 07/10/2016. Aceito em: 26/12/2016.

¹ Pós-doutoranda em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Mestre em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Bacharel em Comunicação Social pela PUC-Rio. Professora do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio. E-mail: liliansaback@puc-rio.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8721821261274441>.

A aplicação do método ‘World Café’ no ensino do Jornalismo

1 INTRODUÇÃO²

No segundo semestre de 2015 apresentei aos alunos da disciplina Mídias Locais do curso de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) o desafio de pensar novas mídias privilegiando a função social do jornalismo e o respeito do jornalista pela notícia. A notícia, segundo Muniz Sodré,

tem lastreado nos últimos dois séculos a ideia moderna de jornalismo, na medida em que dá margem à construção e manutenção de toda a mitologia da neutralidade que se atribui a uma mercadoria e que, portanto, sustenta os coeficientes de confiabilidade pública nos relatos. (2009, p. 14).

Cabe ressaltar ainda que a notícia, aliada ao modelo de negócio do jornalismo tradicional, garantiu até poucos anos que os jornalistas fossem os únicos a ter nas mãos os equipamentos técnicos que permitiam levar até o outro a informação que ele não poderia deixar de saber. Entendo por equipamentos técnicos todos aqueles necessários para atuar na profissão, ou seja, além de câmeras de TV, transmissor, impressão e distribuição dos jornais, etc., o conhecimento teórico suficiente para identificar o que é uma notícia e prático para adaptar a sua narrativa ao veículo no qual ela seria contada.

Mas as coisas mudaram e, hoje, convive-se com diversos jornalistas amadores que de posse de um *smartphone* seguem pelas ruas em busca de notícias e, totalmente descompromissados com os veículos de comunicação tradicionais e suas audiências, narram o que veem pela frente e o que, supostamente, compreendem como notícia. Os estudantes de Jornalismo não devem ficar intimidados com este novo cenário em que a tecnologia promove os cidadãos comuns a fotógrafos, cinegrafistas e repórteres, muito menos entender esse momento como o fim do jornalismo, mas sim como o início de um novo desafio, uma nova etapa da profissão, um novo papel do jornalista diante da sociedade.

² Versão preliminar deste trabalho foi apresentada na modalidade comunicação científica no Grupo de Trabalho Projetos pedagógicos e metodologias de ensino do XII Ciclo Nacional de Pesquisa em Ensino e Extensão em Jornalismo, evento componente do 16º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo.

Por um lado, é preciso compreender que a ampliação do quadro de pessoas ávidas a registrar um fato, sejam elas amadores ou não, faz crescer também a importância do conhecimento absorvido na graduação em Jornalismo. É neste momento em que entra a importância do respeito pela notícia. É neste respeito à notícia que os jornalistas profissionais fazem e farão sempre a diferença. De nada adianta ter todo o aparato tecnológico disponível se a pessoa não consegue identificar o que é notícia e, ainda, se ao deparar-se com uma, não sabe lhe dar o tratamento certo para que seja veiculada.

Por outro lado, é necessário entender, também, que a ampliação do quadro de jornalistas amadores ou não, reforça o segundo ponto que destaquei no início deste texto: a função social do jornalismo. Sim, porque quanto mais câmeras e microfones estiverem abertos por todos os cantos, mais informação será disponibilizada, mais denúncias serão veiculadas e mais injustiças ganharão visibilidade. E não é esta uma das funções do jornalismo? Não é uma meta jogar luz onde há problema e desta forma contribuir para que uma solução seja dada? Não é assim que o jornalismo consegue ajudar a sociedade? Desta forma, é bom que haja mais comunicadores entre nós.

As questões elencadas acima surgem como um desafio para quem leciona para futuros jornalistas. Isso porque a maioria dos alunos do curso faz parte da 'geração digital', aquela que já consultava o *Google* para fazer pesquisas escolares e tinha as redes sociais como uma mídia de entretenimento e informação. Jovens que desconhecem a rotina da apuração face a face e assistem com frequência a mídia tradicional tentar vencer o digital praticando o jornalismo declaratório, aquele que publica e só depois checa a declaração.

Diante deste quadro, nós, professores de Jornalismo, temos que agregar ao ensino as novas ferramentas de comunicação e, ainda, garantir que os futuros profissionais de imprensa sigam respeitando a notícia e, conseqüentemente, ajudem cada vez mais a atender a sociedade. Se o modelo de negócio do jornalismo tradicional não consegue mais respeitar a notícia e atuar como um agente social, é preciso ousar e criar novos modelos e para isso é fundamental usar com inteligência as redes sociais e, principalmente, 'pensar fora da caixinha'.

A aplicação do método ‘World Café’ no ensino do Jornalismo

Sendo assim, para estimular os estudantes a pensarem além do formato de produção jornalística elaborado pelo mercado tradicional de jornalismo, optei pela aplicação da metodologia ‘World Café’ com os alunos de *Mídias Locais*, disciplina oferecida no 7º período do curso de Comunicação Social da PUC-Rio. O método de Brown e Isaacs (2007) estabelece o diálogo como estratégia de geração de novas ideias. Sua inclusão como ferramenta de sala de aula ocorreu no segundo semestre de 2015, quando percebi o desafio que era pensar em mídias locais em um universo globalizado, onde as fronteiras comunicacionais são inexistentes. Com a utilização do método objetiva-se promover uma conversação colaborativa que estimulasse os alunos a produzirem propostas de novas narrativas que se insiram assertivamente neste novo contexto da comunicação.

2 A CONVERSA COMO METODOLOGIA

280 | Ao apostar no diálogo como base metodológica recorre-se em primeiro lugar aos ensinamentos do filósofo russo Mikhail Bakhtin de que um indivíduo precisa do olhar do outro para completar-se e produzir seu discurso, sua narrativa. Os conceitos bakhtinianos de dialogismo e polifonia também influenciam esta escolha, no momento em que se imagina a necessidade de pensar uma mídia local que opere no espaço mais polifônico da contemporaneidade: a internet.

Em segundo lugar, e prioritariamente, parte-se da premissa de que a internet, principal responsável pela sociedade em rede descrita por Manuel Castells, propiciou uma revolução na relação dos veículos de comunicação com a produção de notícias locais. Como alerta Castells, a sociedade em rede estabelece um novo sistema de comunicação que sustenta três tendências: é organizado em torno dos negócios dos grandes conglomerados de comunicação; é extremamente digitalizado e interativo; e, por fim, faz nascer as redes horizontais de comunicação, independentes dos alicerces empresariais ou governamentais, que o pesquisador espanhol denomina “comunicação de massa autocomandada”.

Assim, a sociedade em rede constitui comunicação socializante para lá do sistema *de mass media* que caracterizava a sociedade industrial. Mas não representa o mundo de liberdade entoada pelos profetas da ideologia libertária da Internet. Ela é constituída simultaneamente por um sistema oligopolista de negócios multimídia, que controlam um cada vez mais inclusivo hipertexto, e pela explosão de redes horizontais de comunicação local/global. E, também, pela interação entre os dois sistemas, num padrão complexo de conexões e desconexões em diferentes contextos. Contudo, o que resulta desta evolução é que a cultura da sociedade em rede é largamente estruturada pela troca de mensagens no compósito de hipertexto electrónico criado pelas redes, ligadas tecnologicamente, de modos de comunicação diferentes. Na sociedade em rede, a virtualidade é a refundação da realidade através de novas formas de comunicação socializável. (CASTELLS, 2006, p. 24).

Essa nova comunicação socializável invoca automaticamente uma mudança na produção e divulgação da notícia local. Os 'locais', sejam eles jornais de bairro com caráter comercial ou produções comunitárias,³ ao serem inseridos na grande rede ficam acessíveis para além das fronteiras geográficas onde está seu público alvo. A consequência imediata é a projeção de questões que até então eram invisíveis para grande parte da sociedade, muitas vezes jogando luz a assuntos que a grande mídia ignorava ou valorizava de acordo com o critério de noticiabilidade adotado por ele. O fato é que uma vez na rede a notícia local deixa de circular de forma restrita.

Já está bastante claro que o fato da globalização – da universalização ou da ocidentalização do mundo, como preferem alguns – impulsiona uma revalorização do local, ao invés de debelá-lo, como se prognosticou num primeiro momento. Houve, assim, a superação da tendência pessimista de considerar que as forças globalizadas – da economia, da política e da mídia – detêm o poder infalível de sufocar as sociedades e as culturas nos níveis nacional e local. A realidade vai evidenciando que o local e o global fazem parte de um mesmo processo: condicionam-se e interferem um no outro, simultaneamente. (PERUZZO, 2002, p. 74).

Compreende-se que este novo momento a que se referem Manuel Castells e Cicilia Peruzzo exige uma mudança na capacitação de futuros jornalistas no que se refere a análise e produção de uma mídia local. Já não basta apresentar o produto e/ou seus produtores aos estudantes, percebe-se

³ Peruzzo (2006, p. 143) estabelece que as mídias comunitária e local têm especificidades. "O primeiro tipo de mídia visa mais a transmissão da informação e o segundo a mobilização social e a educação informal." Na disciplina *Mídia Locais* da PUC-Rio trabalha-se os dois tipos de mídias.

A aplicação do método ‘World Café’ no ensino do Jornalismo

que é preciso capacitá-los como empreendedores, torná-los produtores de uma mídia capaz de promover integração com os anseios globais da sociedade.

2.1 A adaptação do método ‘World Café’ para o ensino de Jornalismo

A metodologia ‘World Café’ foi elaborada para ser aplicada em grandes grupos, independente da área de atuação. Sua criação ocorreu em 1995, de forma inesperada quando um grupo de pesquisadores ligados à área de negócios que estava reunido na casa dos acadêmicos Juanita Brown e David Isaacs em Mill Valley, Califórnia, se dividiram em pequenos grupos e começaram a conversar. As ideias que surgiam eram anotadas na toalha de papel das mesas e de tempos em tempos uns trocavam de lugar com outros e, desta forma, as ideias iam circulando e amadurecendo.

Em linhas gerais, de acordo com as orientações descritas em livro publicado em 2007, assim como no site da *Comunidade World Café*,⁴ a proposta é que o grupo seja dividido em subgrupos e a partir de uma pergunta ou um tema colocado em pauta, todos os participantes da dinâmica compartilhem ideias e conhecimento. Para que sua aplicação fosse eficiente no curso de *Mídia Locais* foi necessária uma adaptação. Dependendo da turma e dos interesses dos alunos, as rodadas de ‘world café’ ocorreram em momentos diferentes e com um número determinado de integrantes.

Neste artigo será apresentada a experiência da aplicação do método pela primeira vez com três turmas de *Mídias Locais* de 2015.2. Ao longo do semestre foram feitas quatro intervenções com o método em cada turma: no primeiro dia de aula, por duas vezes após 12 aulas teóricas sobre os conceitos: comunidade, comunicação comunitária, radiodifusão comunitária, audiovisual comunitário/vídeo popular, mídia local e jornal de bairro e no último dia do curso. A dinâmica adaptada não compromete o resultado obtido com o método, na medida em que para cada etapa foi estabelecida uma questão-chave, uma ideia específica que funcionava como parte de uma engrenagem maior que é a criação de uma mídia coletiva.

⁴ Disponível em: <<http://www.theworldcafe.com><http://www.theworldcafe.com>>. Acesso em: 2 out. 2016.

A primeira dinâmica realizada com os alunos chamou-se de 'Local x global' e ocorreu logo no primeiro dia de aula com o intuito de provocar entre eles um questionamento entre o que entendem por mídia local e mídia global. A turma foi dividida em dois grupos e foi solicitado que cada aluno respondesse com uma palavra as perguntas: 'O que é local na comunicação?' e 'O que é global na comunicação?'

A partir das palavras relatadas iniciou-se um debate com o objetivo de compreender o porquê da escolha de cada um. Neste momento, a prioridade era permitir que os alunos trocassem experiências e percepções em torno das mídias locais e globais. O estabelecimento do debate logo após a seleção das palavras que sintetizam para cada um o que são as mídias locais e globais serviu como um aperitivo para a compreensão que na contemporaneidade o que é local é também global e vice-versa.

IMAGEM 1 – LOCAL X GLOBAL



Fonte: A autora.

A segunda rodada do método chamou-se 'Escolha de uma mídia local coletiva' e seguiu a ideia do método 'World Café', mas sem a formação de grupos específicos. As rodas se formaram ou não, enquanto os alunos discutiam sobre o assunto e o formato da mídia local que seria produzida coletivamente pela turma. Neste momento, os grupos debateram livremente, sem a pretensão de definir a rotina de produção. O objetivo era que depois de aproximadamente uma hora e meia de diálogo a turma definisse qual seria a mídia e sobre qual assunto iriam falar.

A aplicação do método ‘World Café’ no ensino do Jornalismo

A terceira aplicação do método foi feita na aula seguinte, quando a turma escolheu o nome da mídia, dividiu as tarefas e estabeleceu um cronograma de atividades. Esta etapa foi denominada ‘Reunião de produção’ e, assim como na rodada anterior, as conversas ocorreram informalmente, sem a intervenção do professor. No final de duas horas de aula, o ‘aluno líder’ apresentou o trabalho realizado e a partir das informações fornecidas a atividade passou a valer nota.

A última dinâmica foi feita no final do curso e chamou-se ‘Avaliação da mídia produzida pela turma’. Nesta oportunidade os alunos discutiram livremente sobre o resultado do método e avaliaram a mídia produzida por eles e a viabilidade de sua continuidade no mercado de comunicação.

O resultado obtido com as três turmas do segundo semestre de 2015 está detalhado na seção a seguir, a partir da análise dos quadros referenciais elaborados com a primeira dinâmica feita e a mídia local produzida coletivamente por cada turma.

284 |

3 APLICAÇÃO E RESULTADOS

A disciplina de *Mídias Locais* da PUC-Rio é oferecida no 7º período do curso de Comunicação Social para alunos de três habilitações: Jornalismo, Cinema e Publicidade. Por este motivo, a dinâmica ‘world café’ tornou-se ainda mais importante no sentido de permitir que os estudantes se sentissem à vontade para desenvolver uma mídia que estivesse além da formação específica de cada um. Com a estratégia do diálogo ficou mais tranquila a troca de expertises e, no que se refere aos alunos de Jornalismo, possibilitou a construção de uma narrativa informativa que transcende a construção de um lide tradicional e mantém a notícia como questão central da informação.

3.1 Turma 7 horas

A primeira dinâmica da turma de 7 horas foi feita com a presença de 14 alunos, ou seja, 50% dos alunos matriculados naquele horário. Independentemente do número de estudantes, foi mantido o modelo de dois grupos, cada um com sete, e um aluno como líder. Inicialmente, cada um

indicou duas palavras: uma que definisse para ele local e outra que o remetesse à global.

Os dois quadros elaborados a partir das palavras escolhidas refletem o reducionismo e/ou afeto ao qual a maioria da turma reconhecia a mídia local. No primeiro grupo duas pessoas trouxeram o conceito de comunidade como definidor de local. Já no segundo grupo apareceram as referências às palavras família e as variações do termo região. Com o resultado obtido os alunos iniciaram o debate e finalizaram a aula apresentando o conceito de comunidade como definidor de local.

QUADRO 1 – GRUPO UM

LOCAL	GLOBAL
Fofoca	Estados Unidos
Rádio	Internet
Adaptado	Uniforme
Comunidade	Desenvolvimento
Comunidade	Internet
Limitado	Multinacional
Direção	Diversidade

Fonte: A autora.

QUADRO 2 – GRUPO DOIS

LOCAL	GLOBAL
Família	Acesso
Criação	Interligado
Regional	McDonald's
Região	Mundo
Regional	Globalização
Singular	Genérico
Célula	Neurônio

Fonte: A autora.

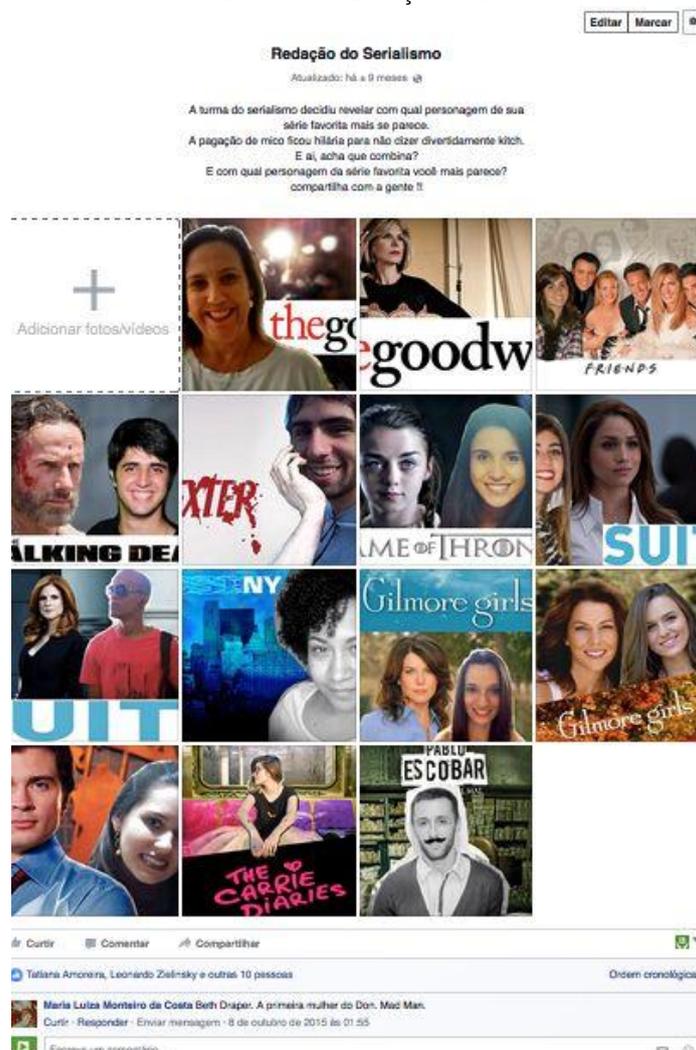
Após as aulas teóricas, os alunos voltaram a conversar e juntos optaram em trabalhar um assunto que era de interesse de todos: as séries de TV, em especial as produzidas pelo *Netflix*. A plataforma escolhida foi o *Facebook* e a meta era produzir posts informativos, mas com o objetivo de ser criativo. Para

A aplicação do método ‘World Café’ no ensino do Jornalismo

realizar o projeto se dividiram em duplas e definiram um cronograma para as postagens.

Como queriam deixar evidente que o assunto havia sido escolhido pela turma porque era que era comum para todos, acrescentaram à palavra série o sufixo ismo e chamaram a página de *Serialismo*. “Assistir séries é como uma doutrina”, explicou na época o aluno de Jornalismo Gabriel Vasconcellos. Na mesma hora, outra aluna de Jornalismo sugeriu que para o primeiro post todos os alunos deveriam escolher uma personagem com o qual se identificasse. Estava criada a redação do *Serialismo*.

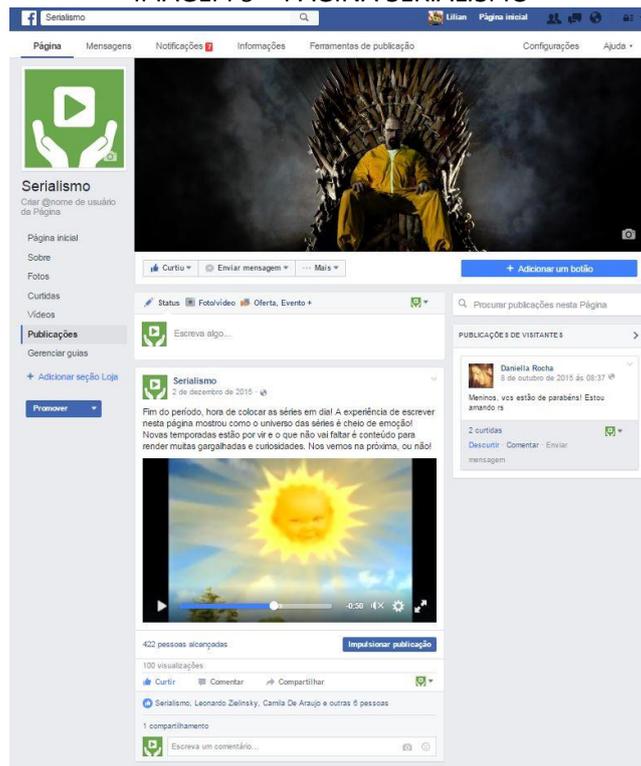
IMAGEM 2 – POST REDAÇÃO SERIALISMO



Fonte: Facebook.⁵

⁵ Disponível em: <<https://www.facebook.com/Serialismo-885332641551902/>>. Acesso em: 2 out. 2016.

IMAGEM 3 – PÁGINA SERIALISMO



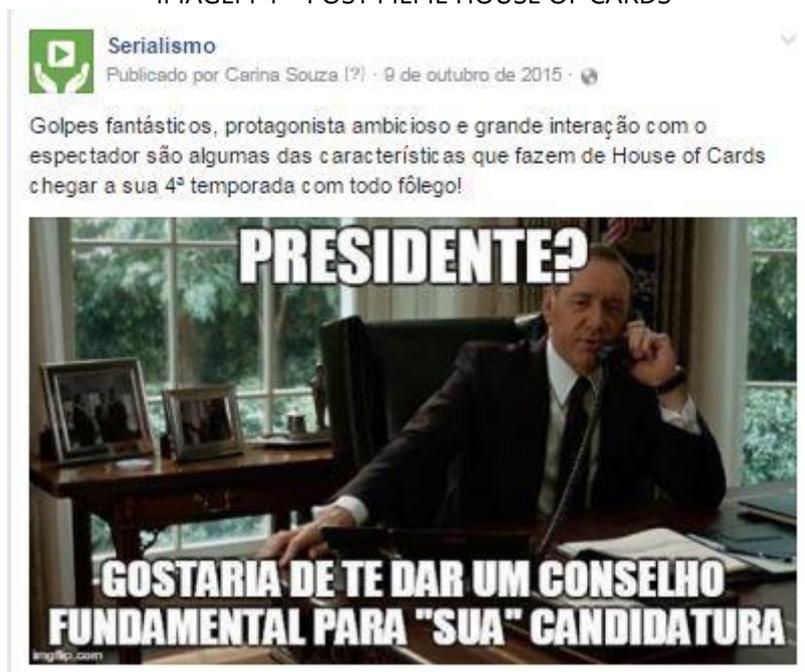
Fonte: Facebook.⁶

A página *Serialismo* obteve uma resposta imediata e logo nos primeiros dias recebeu mais de cem curtidas. A turma fez 29 postagens entre os dias 7 de outubro e 27 de novembro. Os posts, entretanto, repetiram o que já faziam ou compartilhavam em suas páginas pessoais, na maioria das vezes dicas e novidades sobre as séries que gostavam. Como a série de posts da aluna de Jornalismo Carina Souza, que conciliou o texto informativo com memes.

⁶ Disponível em <<https://www.facebook.com/Serialismo-885332641551902/>>. Acesso em: 2 out. 2016.

A aplicação do método ‘World Café’ no ensino do Jornalismo

IMAGEM 4 – POST MEME HOUSE OF CARDS



Fonte: Facebook.⁷

288

O resultado obtido revelou que a turma abraçou o projeto de forma afetiva, levou para página coletiva o que a turma como comunidade queria falar. Tanto envolvimento, que no último dia de aula decidiram deixar uma mensagem para todos que visitassem a página, um apelo para que a turma do semestre seguinte pudesse dar continuidade ao projeto desenvolvido por eles.

3.2 Turma 9 horas

Em linhas gerais, o que mais chamou a atenção na dinâmica ‘Local x global’ feita com a turma das 9 horas foi que os dois grupos trouxeram para o debate sobre local ferramentas e/ou meios de comunicação. Para a líder do grupo 1, Caroline Brizon, foi difícil definir uma palavra que resumisse o local. “Microfone, rádio e outdoor são instrumentos que se comunicam com muitas pessoas, mas ainda estão limitados ao espaço físico”, afirmou a estudante de Jornalismo. Uma avaliação que se repetiu na análise feita pelo grupo dois.

⁷ Disponível em: <<https://www.facebook.com/Serialismo-885332641551902/>>. Acesso em: 2 out. 2016.

QUADRO 3 – GRUPO UM

LOCAL	GLOBAL
Nós	Todos
Televisão	Impacto
Local	Global
Amigos	Rede
Microfone	Internet
Outdoor	Celular

Fonte: A autora.

QUADRO 4 – GRUPO DOIS

LOCAL	GLOBAL
Rádio	Internet
Semelhança	Diferença
Telespectador	Tempo
Local	Global
Restrito	Homogêneo
Restrito	Amplo

Fonte: A autora.

Após as aulas teóricas, a preocupação com as ferramentas de comunicação ainda existia no segundo momento ‘world café’ promovido com a turma. Sem grandes embates os alunos logo decidiram elaborar uma página no *Facebook* que falasse sobre comunicação. Eles queriam experimentar, questionar e criar formas de se comunicar. A página *ComunicaTu* efetivamente dialogou com o atual momento da comunicação. No total foram realizadas 28 postagens entre os dias 7 de outubro e 9 de dezembro.

A aplicação do método 'World Café' no ensino do Jornalismo

IMAGENS 5 – PÁGINA *COMUNICA TU!*



290



Fonte: Facebook.⁸

⁸ Disponível em: <<https://www.facebook.com/comunicatupucRio/>>. Acesso em: 2 out. 2016.

Os alunos exploraram questões teóricas apresentadas ao longo do curso e, também, refletiram a partir do noticiário diário. Alguns exemplos merecem destaque neste trabalho como, por exemplo, as questões que perpassam as comunicações 'comunitária' e 'de comunidade' exaustivamente colocadas em evidência nas aulas teóricas a partir dos estudos de Paiva e Peruzzo, e que foram recorrentemente inseridas nos posts elaborados em duplas. De forma simples e objetiva, os alunos definiram que mídia comunitária "tem como objetivo divulgar assuntos específicos das comunidades. O conteúdo geralmente é produzido por pessoas do próprio lugar, que não necessariamente são profissionais de comunicação", enquanto para uma mídia de comunidade "é necessário apenas um elemento de ligação. O que define é o afeto, a simpatia, a igualdade de interesses e a partilha". O primeiro post da aluna de Jornalismo Elaine Carvalho é um exemplo. A aluna mesclou o texto curto com uma imagem produzida Criar apresentações personalizadas com o *Microsoft PowerPoint*.

IMAGEM 6 – POST DIFERENÇA ENTRE MÍDIA COMUNITÁRIA E MÍDIA DE COMUNIDADE



Fonte: Facebook.⁹

⁹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/comunicatupucRio/>>. Acesso em: 2 out. 2016.

A aplicação do método ‘World Café’ no ensino do Jornalismo

No que se refere ao jornalismo diário, o conceito de notícia foi colocado em pauta a partir das coberturas realizadas pela grande mídia. A repercussão na mídia em torno do resgate de um gato em um prédio de Vila Isabel, Zona Norte do Rio de Janeiro, no dia 2 de setembro de 2015, foi usada para discutir a valorização da notícia hiperlocal, aquela que serve como um dos ingredientes para as novas mídias atuantes no universo globalizante da comunicação, que tem como principal critério de noticiabilidade a proximidade. O post das alunas de jornalismo Caroline Brizon e Thays Gripp foi feito a partir da elaboração de um vídeo que costura as entrevistas feitas com jornalistas as imagens do resgate do gato.

IMAGEM 7 – POST RESGATE GATO



Fonte: Facebook.¹⁰

Em outro post, a mesma dupla de alunas ousou quando recorreu a ferramenta *PowToon*, usada para criação de animações, para montar uma reportagem sobre as eleições do Diretório Central de Estudantes (DCE/PUC-

¹⁰ Disponível em: <<https://www.facebook.com/comunicatupucRio/?ref=bookmarks>>. Acesso em: 2 out. 2016.

Rio). A publicação discute a falta de informação entre os alunos. Esse post é apenas um exemplo de que a turma trabalhou explorando os recursos técnicos da comunicação.

IMAGEM 8 – POST POLÍTICA NA UNIVERSIDADE



Fonte: Facebook.¹¹

3.3 Turma 11 horas

Na turma das 11 horas, talvez por ser das três a menor turma, com apenas 20 alunos, 11 na habilitação de Jornalismo, oito em Publicidade e apenas um cursando Cinema, as quatro etapas da metodologia ocorreram de forma diferente. Apenas a primeira dinâmica foi realizada como nas outras turmas. O resultado foi extremamente rico no que se refere à compreensão das mídias local e global como paradoxais. A observação dos pares de palavras escolhidos remete a uma ausência de diálogo entre o local e o global.

QUADRO 5 – GRUPO UM

LOCAL	GLOBAL
Regional	Total
Local	Global
Regional	Plural
Comunidade	Variedade

¹¹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/comunicatupucRio/?ref=bookmarks>>. Acesso em: 2 out. 2016.

A aplicação do método ‘World Café’ no ensino do Jornalismo

Próximo	Globalização
Segmentação	Diversidade
Específico	Abrangente

Fonte: A autora.

QUADRO 6 – GRUPO DOIS

LOCAL	GLOBAL
Regional	Geral
Comunidade	Internet
Proximidade	Conexão
Visibilidade	Conglomerado
Restrito	Amplo
Proximidade	Diversidade
Imediato	Abrangente
Alvo	Amplo

Fonte: A autora.

294

Logo na segunda rodada de ‘world café’ a turma se dividiu em dois grupos distintos: Publicidade e Jornalismo e mais uma vez pode-se observar como os alunos entendiam o processo de comunicação como uma engrenagem onde cada um tem seu papel determinado. A turma optou por criar uma mídia que falasse sobre o curso de Comunicação (Cinema, Jornalismo e Publicidade) e para os alunos de Comunicação. O formato escolhido foi o de uma revista digital, que só não foi também impressa porque os custos com a gráfica seriam muitos altos.

Uma vez definidas as atividades, o trabalho transcorreu como uma empresa de comunicação tradicional: o primeiro passo foi fazer uma pesquisa com os alunos de Comunicação da PUC-Rio com o objetivo de identificar quais assuntos interessavam a eles. Na sequência, enquanto os estudantes de jornalismo se empenharam realizando reuniões de pauta, estabelecendo quais alunos seriam repórteres e quem ficaria encarregado com da edição final, os futuros publicitários se dividiram nas funções de produção de layout, fotos, diagramação, venda de anúncios e divulgação. O resultado foi a criação da revista digital *PensaCom*.

O projeto foi conduzido sob a liderança de dois alunos, um de Jornalismo e outro de Publicidade, a partir da criação de um grupo fechado da turma no *Facebook*. Para edição da revista foi escolhida uma plataforma gratuita de publicação de revistas, jornais e catálogos: a *Issuu*. Todas as reportagens foram apuradas e escritas no horário da aula, com o objetivo de não prejudicar os alunos que já tinham compromissos de estágio e/ou trabalho.

IMAGEM 9 – REVISTA *PENSACOM*



| 295



Fonte: Issuu.¹²

¹² Disponível em: <https://issuu.com/pensacom/docs/revista_pensacom/1>. Acesso em: 2 out. 2016.

A aplicação do método ‘World Café’ no ensino do Jornalismo

Ao todo a revista ficou com 34 páginas coloridas, divididas em quatro seções na seguinte ordem: publicidade, jornalismo, comunicação e cinema. Para cada uma foi pautada uma reportagem especial de duas páginas e uma menor de prestação de serviços sobre a área. O texto que apresenta a revista no site da *Issuu* explica: “o que irão encontrar nas próximas páginas virtuais remonta os desejos, as aspirações, os receios e as dúvidas de jovens comunicólogos prestes a ingressar no mercado de trabalho.” Para que os alunos de Comunicação tivessem acesso ao resultado final, os alunos divulgaram a *PensaCom* nas redes sociais, tanto em suas páginas pessoais quanto em grupos fechados dos quais fazem parte.

Dentre as reportagens produzidas destaca-se a que apresenta o *Projeto Politique*, criado em 2014 por estudantes de Jornalismo da PUC-Rio, uma iniciativa que desconstrói a forma de fazer cobertura política oferecendo aos que acompanham as postagens semanais do grupo no *Facebook* uma explicação do jogo político, isento de partidarismo. Um projeto que produz exatamente o que foi proposto no curso: uma nova narrativa. O trecho da reportagem *A jovem política*, transcrito abaixo, sinaliza que o texto dá voz ao pensamento dos estudantes de Jornalismo sobre a necessidade da liberdade de opinião na cobertura política a partir dos criadores do *Politique*.

A liberdade de poder pautar as notícias e, ao mesmo tempo opinar nos assuntos políticos da semana é um diferencial do *Politique*. Por outro lado, o mercado de trabalho é um pouco diferente, principalmente quando tratamos de empresas de grande porte que necessitam dar a notícia sem interferência de opiniões.

Nilson Klava, outro integrante do *Politique*, faz estágio atualmente no canal fechado de notícias da TV Globo, *Globo News*. Para o estudante de jornalismo, a grande diferença entre fazer parte de um projeto independente de política e trabalhar em uma empresa de notícias de grande porte é a liberdade.

“No *Politique* nós pegamos os assuntos mais relevantes da semana, explicamos e podemos até opinar se concordamos ou não com o que foi dito. Na *Globo News*, por mais que nós, estagiários, tenhamos certa liberdade, não podemos opinar no caráter da notícia, que é dada de maneira totalmente imparcial”, disse ele.

Os integrantes do *Politique* acreditam que o projeto esteja funcionando porque os vídeos são curtos e a preocupação é em explicar o básico da política de forma simples e com opiniões dos integrantes. O conteúdo é voltado não só para estudantes de comunicação, mas para todos que tiverem acesso aos vídeos, de uma forma simples e didática. (LOUREIRO, 2015, p. 10-11).

IMAGEM 10 – REPORTAGEM SOBRE POLÍTICA



Fonte: Issuu.¹³

Analisando a produção da *PensaCom*, percebe-se que a revista reflete o pensamento da turma que local e global ainda ocupam espaços distintos no universo da comunicação.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A aplicação do método 'World Café' no curso de *Mídias Locais* enriqueceu o dia a dia da sala de aula. Com as rodadas de conversas informais os alunos puderam se conhecer e trocar conhecimento. Além disso, eles tiveram a oportunidade de exercitar uma das ações mais importantes para um jornalista: ouvir com atenção as ideias e propostas dos outros.

Sua aplicação em quatro etapas foi pertinente para a observação do processo de criação coletiva de uma nova mídia a partir da concepção local/global de cada grupo. A turma das 7 horas criou uma mídia de comunidade, já a das 9 horas explorou os recursos tecnológicos da comunicação e a das 11 horas usou uma mídia tradicional que circulou localmente, mesmo que editada em uma ferramenta existente na internet: produziu conteúdo local e, mesmo editando com uma ferramenta global, promoveu uma pequena circulação do produto final.

¹³ Disponível em: <https://issuu.com/pensacom/docs/revista_pensacom/11?e=0>. Acesso em: 2 out. 2016.

A aplicação do método ‘World Café’ no ensino do Jornalismo

Com relação ao objetivo de estimular a criação de novas narrativas, ou seja, novas formas de contar uma notícia, acredita-se que a produção da turma das 9 horas, a página no *Facebook ComunicaTu*, foi a que mais se aproximou da meta. Como foi dito, a maioria das postagens questionou as formas de comunicação e fez uso com inteligência da narrativa usada na internet como, por exemplo, *memes* e *gifs*. Com os recursos que povoam as redes sociais os alunos conseguiram entreter e informar quem acompanhou a página enquanto esteve ativa.

Por fim, vale ressaltar que o grande aprendizado, em especial com o trabalho da turma das 11 horas, foi perceber como ainda é difícil para alguns alunos romper com o modelo de negócio tradicional e como é importante desenvolver com eles suas capacidades empreendedoras. Não é à toa que o empreendedorismo é uma das exigências inseridas nas Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de Jornalismo. Neste sentido, portanto, o método também pode auxiliar os professores da área. 

298 |

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. **Cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 1993.

_____. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

_____. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1987.

_____. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Rio de Janeiro: Forense, 1981.

_____. **Questões de literatura e estética**. São Paulo: Hucitec, 1990.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. **Resolução nº 1, de 27 de setembro de 2013**. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, bacharelado, e dá outras providências. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14242-rces001-13&category_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192>. Acesso em: 2 out. 2016.

BROWN, Juanita; ISAACS, David. **O World Café**: dando forma ao nosso futuro por meio de conversações significativas e estratégicas. São Paulo: Cultrix, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (v. 3).

_____. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: CARDOSO, Gustavo; CASTELLS, Manuel (Orgs.). **A sociedade em rede**: do conhecimento à ação política.

Lisboa: Imprensa Nacional, 2006. Disponível em: <<http://biblio.ual.pt/Downloads/REDE.pdf>>. Acesso em: 30 agosto de 2016.

_____. **O poder da comunicação**. São Paulo; Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia: uma moral provisória**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LOUREIRO, Fernando. A jovem política. **PensaCom**, Rio de Janeiro, p. 10-11, 2015. Disponível em: <https://issuu.com/pensacom/docs/revista_pensacom/1>. Acesso em: 30 ago. 2016.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo: compreensão e reinvenção**. São Paulo: Saraiva, 2009.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. Petrópolis: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil. **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona**, São Paulo, n. 4, p. 143-169, 2006.

_____. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação e Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 38, p. 67-84, jul./dez. 2002. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs_umesp/article/view/196/154>. Acesso em: 2 out. 2016.

WEAVER, David (Ed.). **The global journalist**. New Jersey: Hampton, 1998.