

Zach: o cotidiano urbano na mídia digital¹

Flávia Eloísa IZIDORO²
Guilherme Fenelon Santos DORINI³
Matheus Henrique Rodrigues PAIVA⁴
Tiago Samuel de MORAES⁵
Erica Cristina de Souza FRANZON⁶
Universidade do Sagrado Coração, Bauru, SP

RESUMO

Zach é um blog criado como uma alternativa para a produção do jornalismo local, cujo objetivo é produzir conteúdo informativo, interpretativo sobre responsabilidade social, voluntariado e histórias de interesse humano. A proposta se fundamenta na reflexão sobre o papel social do jornalismo e sua função na produção de informação e conhecimento. A ideia foi desenvolvida para a disciplina de Laboratório de Jornalismo Impresso II – Revista, em parceria com a disciplina de Fotojornalismo, sendo, portanto, um produto interdisciplinar. Para o desenvolvimento do blog foi feito um diagnóstico das características da mídia local para melhor sustentar a proposta de que esse produto é uma alternativa viável de produto jornalístico.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Internet; Jornalismo de revista; Blog; Cotidiano.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, os projetos jornalísticos independentes ganharam suporte e força com a popularização das ferramentas de produção e veiculação de conteúdos pela internet. Com a possibilidade de gerar interação instantânea ao passo que os conteúdos informativos são consumidos pelos receptores, atrelado a um custo quase mínimo, plataformas como WordPress, Blogger, Wix e SoundCloud têm sustentado uma ampla e diversa gama de produtos para públicos segmentados ou até fazendo frente aos grandes veículos midiáticos tradicionais.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, Modalidade RT 06- Blog (avulso).

² Líder do trabalho e estudante do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração, email: flavia_helo@hotmail.com.br

³ Estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração, email: gui.dorini@uol.com.br

⁴ Estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração, email: matheuspaiva@live.com

⁵ Estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração, email: tiagomoraes@outlook.com

⁶ Orientadora do trabalho. Doutoranda em Comunicação na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. Professora do Curso de Jornalismo na Universidade do Sagrado Coração, email: esfranzon@yahoo.com.br

Ciro Marcondes Filho (2009, p.38), ao abordar a questão dos impactos das inovações tecnológicas na prática jornalística e no consumo das notícias, atribui aos sistemas de informações oriundos do desenvolvimento dos computadores, redes de cabeamento e internet, como a revolução tecnológica mais transformadora do jornalismo desde a criação da rotativa e dos processos de produção de jornais em massa.

A convergência de formatos, a velocidade e a instantaneidade, segundo Pedro Celso Campos (2001), são características inerentes ao meio digital. O perfil do repórter como agente inteligente, nesse novo paradigma, incorpora ainda mais delegações, atreladas ao domínio das ferramentas tecnológicas. “Munido de celular e câmera digital, o repórter [...] transforma-se em unidade geradora de texto e imagem, de modo que o receptor receba não apenas o cenário dos fatos, mas o texto com dados, números, detalhes, etc explicando o que se passa”. (CAMPOS, 2001, p.1).

Antes mesmo da popularização da internet e dos meios eletrônicos, Marshall McLuhan (1974) já decretara o fim da hegemonia da cultura jornalística ligada aos veículos impressos e as adaptações da linguagem comunicacional em outros meios. Como enumera Pollyana Ferrari (2010), a construção do jornalismo no ambiente digital passou de uma mera adaptação da linguagem do jornalismo impresso para a produção pensada especificamente para o consumo dentro das plataformas digitais.

O efeito transformador da comunicação por meio da tecnologia atingiu um patamar sem igual desde a popularização da internet. O impacto que a web – e suas inúmeras possibilidades neobarrocas de convivência – causou na maneira como pessoas, empresas e instituições passaram a se relacionar desperta reflexões e indagações incessantes, pois vivemos uma era em que a mídia social engoliu a comunicação digital. (FERRARI, 2010, p. 93-94).

Hoje, as reportagens são acompanhadas de hipertextos, ilustrações, infográficos, ensaios fotográficos, crônicas, artigos de opinião, vídeos e formatos híbridos de noticiosos como *podcasting* e a fotografia expandida. Tais conteúdos alimentam novos fluxos de informações e novos significados, através das discussões nas esferas públicas encontradas em comunidades e redes sociais.

Guilherme de Queirós Mattoso (2003) lembra que o público assume o protagonismo neste ambiente. “O internauta passa a interagir diretamente com o meio, podendo produzir, disponibilizar e discutir suas próprias conclusões dentro da rede, incentivando a relação muitos-muitos”. (MATTOSO, 2003, p.18). Outro aspecto relevante

inerente à era digital é a oferta de conteúdo segmentado, voltado para públicos bem específicos, muito além do aspecto massivo da emissão.

Isto posto, este presente trabalho propõe o desenvolvimento de um produto *web*, um blog com características de uma revista sobre o cotidiano urbano regional, cultura e comportamento, norteado pelo experimentalismo e, principalmente, pela independência editorial. Quanto ao jornalismo de revista, a proposta é se valer das características concernentes a este formato quanto à disseminação de conhecimento, segmentação, bem como a relação de cumplicidade projetada através da experiência particularizada, como descreve Fátima Ali (2009):

Seus artigos, reportagens, entrevistas, notícias e informações interessam ao público em geral ou a um grupo específico de pessoas. Ajudam seus leitores a adquirir conhecimento e compreender os fatos que afetam a sua vida; explicam o significado do que acontece no mundo; reforçam valores; [...] ajuda psicológica e autoconhecimento. À medida que folheia as páginas, o leitor se depara com o que não conhecia, ou encontra o que nem imaginava que quisesse saber. (ALI, 2009, p.19).

Retomando os tópicos abordados anteriormente, o desenvolvimento de um projeto de blog com essas características se justifica pelo próprio caráter multimídia do suporte web, o qual, segundo Mattoso (2013, p.18), reúne e explora todas as potencialidades dos outros meios de produção de conteúdo.

Ao defender a pluralidade editorial como ponto de partida, o projeto visa também ser celeiro de ideias, de trocas de experiência e de saberes, interações, como também uma oportunidade de aprofundamento nas questões cotidianas da profissão jornalística e um exercício crítico dos processos editoriais. Zine sobre Atualidades, Cultura e História, sintetizado no acrônimo Zach, destaca a linha editorial da proposta e a pretensão de firmar o produto como uma mídia alternativa, crítica e experimental. *Fanzines* ou simplesmente *Zines* são conhecidas como publicações alternativas, produzidas de forma quase artesanais, sobre assuntos diversificados, desde política até quadrinhos.

OBJETIVO

Desenvolver um produto jornalístico para as plataformas digitais, no formato de *blog*, com características de uma revista sobre comportamento, cultura e cotidiano,

mesclando o gênero de jornalismo literário, crônicas, grande reportagem, entrevista em profundidade, fotojornalismo e conteúdos multimídia, abordando temáticas pertinentes à realidade enfrentada pelas pessoas comuns, trazendo pluralidade de ideias com a parceria de alunos do curso que atuam como colaboradores em seções e conteúdos específicos.

JUSTIFICATIVA

Em um contexto no qual diversos setores da sociedade, movimentos sociais e organizações mobilizam-se no debate sobre as problemáticas cotidianas, desigualdades sociais e empoderamento das minorias marginalizadas, o jornalismo e seu agentes, segundo Ilza Tourino Girardi, Carine Massierer e Reges Toni Schwaab (2006), são cruciais na disseminação da informação, conhecimento e de perspectivas sobre a sociedade.

[...] A função do jornalista foi definida como a de observador que relata com honestidade e equilíbrio a verdade. A instituição jornalística devia informar à população interessada sobre os fatos. Desde então, o jornalismo “atém-se ao real, exercendo um papel da orientação racional” (Mello, 1985, p. 09). Fundamentou-se como um processo social e articulado a partir das relações entre as organizações da sociedade (formais, oficiais, civis), a sociedade em si (população) e os canais que permitem a difusão das informações à coletividade. Coordena múltiplos emissores de informação e opinião, receptores e interesses diversos, que interferem e interagem na ação jornalística, pelo fato de o jornalismo ser também fruto dos processos culturais. (GIRARDI, MASSIERER e SCHWAAB, 2006, p.2).

A proposta da Zach como mídia alternativa é a promoção de um jornalismo imersivo baseado nas questões que afetam o cotidiano, principalmente do interior do estado de São Paulo, bem como temáticas relevantes sobre a cultura e sociedade, trazendo novos ângulos e abordagens, numa prática jornalística independente e com pluralidade de opiniões, estimulando a reflexão e a criticidade.

Desta forma, enxerga-se a ideia de um produto diferenciado cujo objetivo é veicular conteúdos noticiosos relevantes e com forte preocupação social. Na mesma perspectiva, o diálogo com os leitores é crucial para o melhor desenvolvimento do produto, ouvindo críticas, sugestões, novas tendências, problemas e soluções.

A problematização parte da carência de diversidade de discursos dentro do interior paulista, onde predomina os poucos veículos de comunicação tradicionais. Valendo-se do novo paradigma no qual o jornalismo web vem se construindo, o projeto é uma

oportunidade de produzir conteúdos noticiosos diferenciados, aberto a experimentações de formatos e multimídia. Neste aspecto, a Zach é norteada por cinco valores principais: interatividade, independência editorial, pluralidade, convergência e imersão nas temáticas abordadas.

Do ponto de vista técnico, a Zach pode ser uma ferramenta para aprimorar as técnicas redacionais em sala de aula, através das aulas de redação de Jornalismo Impresso e Fotojornalismo, seja na produção de reportagens fotográficas, através das técnicas de composição e de construção fotográfica, ou apostando nas inovações do universo digital, nos conteúdos multimídia e gêneros literários jornalísticos.

Unindo imagem e texto, no âmbito digital, a Zach nasceu com o desafio de se tornar uma alternativa de produção e recepção em jornalismo local, e tendo em vista o suporte digital e as temáticas abordadas, a audiência do blog pode se estender a outros públicos e ampliar sua atuação. A ideia é também buscar alternativas de produção em um mercado em transição e impactado pela internet. Com base nessas justificativas, vale ressaltar que a proposta nasceu da necessidade de inovar e empreender produtos no jornalismo que tivessem baixo custo e pudessem trabalhar com a parceria de estudantes colaboradores, como em um coletivo.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A ideia de abordar o cotidiano urbano e cultural da região em um projeto laboratorial para o suporte web, no formato de *blog*, surgiu em um trabalho integrado para as disciplinas de “Laboratório de Jornalismo Impresso II – Revista” e “Fotojornalismo”. Os requisitos a serem cumpridos pelas disciplinas envolviam a estruturação da ideia, sua viabilidade quanto ao aproveitamento editorial, produção de conteúdos e apontamentos sobre a viabilidade financeira.

Com o objetivo de delimitar o projeto editorial, de forma mais tangível com a realidade dos veículos de comunicação regionais, bem como com as produções noticiosas locais, o grupo realizou uma pesquisa sob os métodos qualitativo e quantitativo encontrados no trabalho de Marconi e Lakatos (2010), analisando os jornais impressos, portais de notícias, blogs e revistas da cidade de Bauru -SP.

O Jornal da Cidade é o único veículo impresso de circulação diária de grande expressão na região. Sua presença na internet é estruturada na disponibilização das matérias

publicadas no formato impresso e a produção de notas e notícias de utilidade pública ou registros policiais. O principal concorrente online do jornal é a versão regional do portal de notícias G1. Além dos vídeos das matérias produzidas pela equipe de jornalismo da TV TEM, afiliada da Rede Globo de Televisão, as notícias do portal são em sua maioria notas e notícias de utilidade pública, agenda cultural e as ocorrências policiais registradas na região de Bauru e Marília.

Entre os sites de notícias menores, porém com grande amplitude local, destacam-se o Social Bauru e a versão web da Revista Az!. Com uma proposta baseada no info-entretenimento e nas inserções de publeditoriais, o Social Bauru concentra bastante engajamento nas redes sociais, impulsionando histórias de interesse humano estritamente relacionadas com algum negócio local. Com uma proposta diferente, as matérias do portal Az são predominantemente jornalísticas, mesclando notas, notícias e reportagens veiculadas especialmente para a internet, abordando editoriais como comportamento, saúde, cotidiano, serviços, cultura e entretenimento. O site em questão também veicula publeditoriais, mas de forma mais responsável que o produto web concorrente.

Com as inferências obtidas na análise desses sites, foi estabelecido que o projeto investiria num nicho pouco explorado pelos veículos tradicionais. Pensando em um público jovem-adulto, universitários e interessados em produções jornalísticas mais reflexivas, a ideia inicial era trazer semanalmente reportagens em profundidade, como também artigos de colaboradores, distribuídos ao longo da semana. As reportagens fotográficas e conteúdos multimídia teriam veiculação regular, considerando as complexidades técnicas e produtivas de captação e edição desses materiais.

Outra preocupação trabalhada desde a concepção do produto editorial foi a construção de uma identidade visual jovem, dinâmica e bem elaborada. A hospedagem do blog na plataforma WordPress levou em consideração a questão custo-benefício do serviço, que oferece de forma gratuita e com planos acessíveis, segurança de acesso, banco de dados na nuvem, suporte ao compartilhamento para redes sociais, personalização, design responsivo, espaço para anúncios, entre outras funcionalidades.

Baseado no procedimento metodológico de Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa bibliográfica e documental foi utilizada para a obtenção de dados e conteúdos que seriam úteis como parâmetros na elaboração da Zach, contemplando as principais referências sobre a prática jornalística, jornalismo digital, mídia alternativa, produção redacional e fotojornalismo, entre eles, Ciro Marcondes Filho (2009), Marshall McLuhan (1974),

Pollyana Ferrari (2010), Guilherme de Queirós Mattoso (2003), Pedro Celso Campos (2001), e Fátima Ali (2009).

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Voltado para um público jovem-adulto, entre 18 a 30 anos, a versão final da *Zach* está disponível pela internet por meio da plataforma WordPress. O projeto foi apresentado em novembro de 2015, e o produto, com as alterações propostas, foi lançado oficialmente em 13 de fevereiro de 2016. O corpo redacional é composto predominantemente por alunos do 5º curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração, como também outros colaboradores esporádicos. Atualmente o endereço na web é atualizado duas vezes por semana e a interação com o público se dá por meio das redes sociais digitais. De 13 de janeiro a 11 de maio de 2016, o blog recebeu 1.243 visualizações e 420 visitantes, segundo as estatísticas fornecidas pela plataforma.



Imagem 1: Página Inicial do Blog. Fonte: Dos autores

O projeto gráfico do site foi estruturado através do *template* gratuito Canard, com algumas alterações visuais para a diferenciação do produto. Simples, funcional e minimalista, o *layout* em questão é baseado no design responsivo, suportando diferentes

versões para tablets, desktops e smartphones, adequando-se perfeitamente as preocupações do grupo quanto a apresentação dos conteúdos. Além de tendência no design, o minimalismo também se justifica como elemento necessário para privilegiar visualmente o conteúdo, que deve ser vibrante e relevante ao usuário.

O logotipo, uma descrição tipográfica do acrônimo Zine sobre Atualidades, Cultura e História, foi desenhado pelo integrante Tiago de Moraes, através do Adobe Illustrator. O uso das letras cursivas transmite dinamismo, simplicidade e personalidade ao logotipo, cuja identidade pode ser sintetizada também na letra “Z” estilizada, ao passo que também busca ser amigável com o público-alvo.

No site, abaixo da marca, centralizada na parte superior central está localizado as categorias do blog, dividido em cinco editorias principais. A primeira, chamada “Enter” ficam agrupadas as matérias relacionadas a cotidiano; lifestyle e tendências. A segunda é a chamada “Cult” nela se encontram as matérias ligadas ao cinema; séries e TV; literatura; música e produções regionais.

Seguido dela temos a categoria “Reportagens”, na qual estão inseridas matérias com foco narrativo e informativo voltado para o jornalismo literário, assim como grandes reportagens, fotojornalismo, fotografia expandida e ensaio também são encontrados nela. “Perspectivas” é a quarta categoria, onde estão os artigos e crônicas. Por fim a quinta e última categoria recebe o nome de “Sobre” e traz informações sobre os colaboradores que contribuem escrevendo para o blog.

No centro da página ficam agrupados os destaques do blog, em uma composição com cinco conteúdos mais relevantes segundo os editores, estruturados de forma de grade. Na parte inferior da página ficam localizados as demais postagens da Zach, as reportagens mais acessadas e links para as redes sociais Facebook, Pinterest, Instagram, YouTube e Twitter.

As fontes tipográficas escolhidas para o site foram a Oswald Sans, família de tipos grotescos gratuitos desenvolvidos pelo escritório independente Vernon Adams, para os títulos e intertítulos e a Volkorn, família serifada também gratuita desenvolvida pelo designer Friedrich Althausen para a composição do corpo dos textos. A escolha cromática do projeto gráfico, seguindo na linha minimalista restringe-se ao branco, preto e roxo. Para as postagens nas redes sociais, os integrantes elaboraram ilustrações misturando padrões geométricos, tipografias e formas abstratas, com clara influência ao cubismo, dadaísmo e *pop art*.

CONSIDERAÇÕES

Retomando as inferências apresentadas, o processo de criação e desenvolvimento de um produto web sobre cotidiano urbano, cultura e comportamento representou uma oportunidade de uma proveitosa atividade aplicada do exercício jornalístico aliada a reflexão crítica intensiva sobre o papel e as atribuições da comunicação dentro do novo paradigma da internet. Desta forma, o grupo avalia que conseguiu atingir plenamente os objetivos propostos, bem como apresentar um produto coerente e relevante.

O empreendimento do produto em questão deve ser considerado numa conjuntura propícia a experimentação, um coletivo de ideias movido a parcerias de estudantes colaboradores, preocupados com uma produção jornalística de qualidade, apurada e estruturada em todos os aspectos, com custos otimizados e construindo sua credibilidade como uma mídia alternativa relevante para a comunidade local.

A viabilidade financeira do projeto ainda precisa ser mais aprofundada, estudando modelos de financiamento além da venda de anúncios e que não comprometa a independência e a pluralidade editorial. Uma referência a ser estudada seria o UOL Tab, espaço do portal de notícias dedicado a grandes reportagens com um forte apelo visual e recursos multimídia.

Quanto à recepção e engajamento dos leitores, o grupo avalia que o projeto foi bem sucedido. Até agora, os comentários e engajamentos do público tem se dado de forma orgânica, demonstrando que o conteúdo disponibilizado no blog tem sido relevante.

REFERÊNCIAS

ALI, Fatima. **A arte de Editar Revistas**. São Paulo: Editora Companhia Nacional, 2009.

CAMPOS, Pedro Celso. **Jornalismo digital: Novos paradigmas de produção, emissão e recepção do discurso**. Observatório da Imprensa, 2001. Disponível em:<<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/da311020014.htm>> Acessado em 03 de maio de 2016.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2010.

GIRARDI, Ilza Tourino. MASSIERER, Carine. SCHWAAB, Reges Toni. Carine Massierer. Reges Toni Schwaab. **Pensando o Jornalismo Ambiental na ótica da Sustentabilidade.** Jornalismo Ambiental, 2006. Disponível em: <<http://www.jornalismoambiental.org.br/portal/wp-content/uploads/2011/09/Pensando-o-Jornalismo-Ambiental-na-%C3%B3tica-da-Sustentabilidade.pdf>> Acesso em: 3 de maio de 2016.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser Jornalista: O desafio das tecnologias e o fim das ilusões.** São Paulo: Paulus, 2009.

MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS. Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica.** São Paulo: Atlas, 2010.

MATTOSO, Guilherme de Queirós. **Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação.** Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/mattoso-guilherme-webjornalismo.pdf>> Acesso em: 10 maio de 2016.