

Jornal Digital Capital Cultura¹

Camila NICHETTI²

Rodolfo STANCKI³

Faculdades Integradas do Brasil – UniBrasil, Curitiba, PR

RESUMO

O presente relatório apresenta o projeto de jornal digital Capital Cultura, abrigado na plataforma Blogspot. O produto, um blog jornalístico, consiste na produção de coberturas com conteúdos multimídia de eventos culturais da cidade de Curitiba e Região Metropolitana. Além de servir como meio informativo, o objetivo do conteúdo é manter um registro das atividades culturais da cidade, como shows, sessões de cinema, peças de teatro e outras atrações diversas.

PALAVRAS-CHAVE: Capital Cultura; jornalismo cultural; cobertura multimídia.

1 INTRODUÇÃO

Um grande repertório cultural é a base de todo bom jornalista. A premissa guiou a elaboração do projeto de jornal digital Capital da Cultura (<http://jornalcapitalcultura.blogspot.com.br/>), do curso de jornalismo da UniBrasil, que, em seus dois primeiros anos, funcionou em caráter experimental na cobertura de diversos eventos do segmento cultural em Curitiba: a Gibicon (2012) – especializada em quadrinhos –, as duas últimas edições da Virada Cultural (2012 e 2013) e as atividades de carnaval (2014).

O produto laboratorial nasceu com a proposta de criar um canal de comunicação entre futuros repórteres, editores e assessores de imprensa com o tema e com a experiência de coberturas culturais. Além disso, o jornal também se tornou um espaço de convívio com o leitor, que pode comentar e divulgar o conteúdo produzido pelos acadêmicos de jornalismo.

O objetivo do produto laboratorial, mantido por alunos de diversos períodos e por professores do curso de Jornalismo das Faculdades Integradas do Brasil, é apresentar informações sobre o cenário cultural em Curitiba para incentivar o debate na sociedade sobre livros, filmes, peças de teatro, shows, concertos, palestras e exposições, entre outras

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Rádio, TV e Internet modalidade RT06 -Blog.

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: camilanichetti@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UniBrasil, email: stancki@gmail.com.

atrações. Além disso, colateralmente, o produto também cria um registro das atividades culturais da cidade, que pode ser consultado como uma fonte histórica no futuro.

O jornal Capital Cultura foi ao ar em 25 de outubro de 2012, com o início das atividades da Gibicon, que ocorreu em diversos espaços de Curitiba. Ao todo, foram 67 postagens, entre notícias, matérias, entrevistas, vídeos e fotos. Além de se tornar um espaço de debate e estímulo ao consumo cultural, o produto também tinha o objetivo de experimentar formatos, apresentando uma plataforma multimídia aos leitores. Por isso, os alunos que participaram do projeto precisaram lidar com ferramentas convergentes, como redes sociais exclusivas para fotos, edição de vídeos e textos.

Como foi pensado inicialmente para a cobertura de eventos pontuais, o Capital Cultura foi estruturado na forma de blog, pelo sistema Blogspot, com o qual os alunos estavam acostumados a lidar. A produção de conteúdo ficou sob a tutela do grupo Midiabólicos, que é responsável pela manutenção extracurricular dos produtos laboratoriais do curso de jornalismo da UniBrasil. A coordenação do projeto foi realizada pelos professores Rodolfo Stancki e Maura Martins. Em outubro de 2013, o jornal digital Capital Cultura ganhou o primeiro lugar do prêmio Sangue Novo de melhor produto experimental na categoria Blog de Notícias.

2 OBJETIVO

O Jornal Capital Cultura (<http://jornalcapitalcultura.blogspot.com.br/>) tem por objetivo primordial informar de forma multimídia as atividades no campo cultural de Curitiba e região metropolitana. Colateralmente, o produto também almeja se tornar um registro das atividades culturais da cidade.

3 JUSTIFICATIVA

O Jornalismo Cultural é um gênero em defasagem em Curitiba. Um breve levantamento na internet nos mostra que existe apenas um produto de grande porte circulando pela cidade, o suplemento “Caderno G”, do jornal Gazeta do Povo. Embora existam algumas tentativas marginais de colocar a cultura como pauta, como é o caso do site Portal Pêndulo, um produto jornalístico voltado para a área de cultura é capaz de sistematizar a área como conteúdo.

Partimos do princípio de que o que move o Jornalismo, o que lhe dá razão de ser, é a necessidade social da informação. Os indivíduos querem saber o que está acontecendo, o que se passa ao seu redor, o que ocorre no mundo, pela necessidade vital de estabelecer ligação com o meio ambiente, com a

comunidade, a sociedade, enfim, estar sintonizado com seu grupo social. (MELO, 1991)

Logo, uma área social sem uma cobertura jornalística adequada impede os cidadãos de refletirem sobre sua própria comunidade (KOVACH & ROSENSTIEL, 2002). Portanto, não eles não refletem também sobre o consumo de produtos culturais, que não se sistematiza e acaba ocorrendo por inércia – levando as pessoas às salas de cinema, aos livros e às peças de teatro de forma mecânica.

Por jornalismo cultural, entende-se a produção noticiosa e analítica referente a eventos de natureza artística e editorial pautados por seções, suplementos e revistas especializadas nessa área.

O conceito de “cultura”, portanto, é o conceito genérico usualmente adotado na esfera da produção jornalística e inclui o acompanhamento que essa produção faz em torno das tendências interpretadoras que se apresentam na mídia pelo processo de legitimação pública conferida por seu vínculo com problemas emergentes da sociedade contemporânea (FARO, 2006).

Além da necessidade de cobrir uma área pouco debatida na mídia, o jornal Capital Cultura (<http://jornalcapitalcultura.blogspot.com.br/>) também tem o objetivo de estabelecer uma produção de conteúdos pontuais sobre determinados eventos. Isso porque uma equipe de cerca de 20 alunos acaba produzindo um registro sobre o evento maior do que qualquer outro feito pela mídia. Tal registro pode, posteriormente, ser objeto de consulta sobre as atividades que já ocorreram na cidade. Tudo fica, pela plataforma Blogspot, sistematizado pelo período de publicação ao lado direito da tela.

A aposta é que as coberturas pontuais levem a população a reconhecer o espaço jornalístico do Capital Cultura como um local de diversidade textual, em que, sem se limitar por espaço, seja possível ver, ler, e assistir a conteúdos de forma mais completa do que na grande mídia – em que no máximo dois jornalistas são deslocados para uma cobertura.

O uso de um conteúdo multimídia e convergente também torna o trabalho relevante no campo laboratorial. Isso porque, ainda inexperientes na profissão de jornalistas, os alunos se forçam a criar vídeos e fotos de forma profissional – o que gera soluções curiosas. É o caso do vídeo de encerramento da Gibicon⁴, produzido por uma acadêmica do primeiro período – embora seja um clipe musical com fotos, a produção dela gerou um debate sobre os valores-notícias contidos na produção. Ainda que inusitada, a solução funciona como uma notícia inovadora, diferente do que é visto com frequência no mercado.

⁴ Disponível em: <<http://jornalcapitalcultura.blogspot.com.br/2012/10/confira-um-clipe-com-os-melhores>>

Outro exemplo dessa experimentação é o vídeo que registra o cotidiano de uma série de pessoas durante a Virada Cultural 2013, chamado de “Mergulho Cultural”⁵. Na produção de alunas do sexto período, pode se observar uma tentativa de reproduzir o estilo seco e documental visto em obras do cinema novo. Até o fim de março de 2013, o produto alcançou cerca de 7 mil visualizações.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O jornal digital Capital Cultura (<http://jornalcapitalcultura.blogspot.com.br/>) foi produzido de forma laboratorial por alunos e professores da UniBrasil. Para definir o estilo de cobertura, os alunos interessados foram convocados para uma reunião com os coordenadores da Agência Experimental de Jornalismo Midiabólicos, que apresentaram a proposta do produto.

O primeiro evento a virar notícia no Capital Cultura foi a Gibicon, que ocorreu em outubro de 2012, em vários espaços de Curitiba. Os coordenadores solicitaram aos organizadores do evento que liberassem os alunos como membros da imprensa, o que permitiu o acesso ilimitado a qualquer palestra, curso ou debate.

Com a programação em mãos, uma semana antes da Gibicon, as pautas foram distribuídas para a cobertura dos alunos. Cerca de 10 acadêmicos participaram da atividade. Uma das propostas do Capital Cultura é a produção de conteúdos imediatos, logo, foi criada uma redação improvisada no Memorial de Curitiba, no qual os alunos produziam o texto e o conteúdo iria parar no site e nas redes sociais do curso de jornalismo da UniBrasil logo depois de ocorrerem.

Ao todo, foram produzidos 18 postagens sobre o evento. Para consolidar um slideshow de fotos, os alunos utilizaram a plataforma Flickr e, para os vídeos, foi utilizado o YouTube. O site foi colocado inicialmente em formato Blogspot, pela familiaridade dos alunos, mas em breve deve migrar para o Wordpress.

O segundo evento coberto pela redação do Capital Cultura foi a Virada Cultural, ocasião que se propõe a ter 24 horas de eventos diversos pela cidade, entre shows, sessões de cinema, peças de teatro e exposições. A Virada faz parte da Corrente Cultural, semana dedicada a área homônima, promovida pela Fundação Cultural de Curitiba.

Como esse evento duraria apenas 24 horas, a proposta é que os acadêmicos se dedicassem a elaborar uma cobertura sistemática das atividades mais importantes. Apenas

⁵ Disponível em <<http://jornalcapitalcultura.blogspot.com.br/2014/03/assista-ao-documentario-mergulho.html>>

11 renderam postagens, entre cerca de 300. Isso porque a equipe não dava conta de acompanhar todos os eventos que ocorriam na cidade.

Novamente, a atenção se voltou para a produção de conteúdos multimídias, editados pelos próprios alunos – com a supervisão dos professores. A área de cobertura dos acadêmicos foi definida por uma reunião de pauta, dias antes do evento e, mais uma vez, foram usadas credenciais para que os alunos tivessem acesso aos bastidores do evento.

Na terceira rodada de atividades, que ocorreu após a vinda do prêmio Sangue Novo, em outubro de 2013, cerca de 20 acadêmicos participaram da cobertura da Corrente Cultural 2013 (a rebatizada Virada Cultural da cidade). Na ocasião, foram produzidos 28 postagens, que deram conta de atividades diversas envolvendo a efervescência cultural que tomou conta de Curitiba na ocasião. O número de matérias superou a expectativa dos professores coordenadores do blog.

A última atividade a receber a cobertura do Capital Cultura foi a programação de carnaval de Curitiba, que envolvia shows de rock, marcha de zumbis e mostras de cinema – além dos desfiles das escolas de samba. Ao todo, 10 alunos participaram. Pela primeira vez na história do blog, alguns estudantes se propuseram a realizar a cobertura de carnavais no litoral do Paraná, como Guaratuba e Ipanema.

Para os eventos, a redação do Capital Cultura contou com a participação dos acadêmicos do curso de Jornalismo da UniBrasil Anne Louyse Araujo, Brunna Emyly, Camile Kogus, Camila Nichetti, Emily Cristine, Julmara Mendes, Liriane Kamp, Natalia Brückner, Monica Ferreira, Giovanna Tortatto, Manoela Tkatch, Aléxia Lopes, Virgínia Bastos, Felipe Marques, Sabrine Elisa, Evellyn Heloise, Fernando Garcel, Fernanda Brisky, Wando Pereira, Elizabeth Alves, Lucas Fermin, Luís Fernando Salom, Camila Marcos, Maicon Martins, Henrike Rebelo, Kênia Carvalho, Andreza Santos e Thiago Crovador.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O jornal digital Capital Cultura é abrigado na plataforma Blogspot e consiste em um blog de notícias. A interface do blog é automática, utilizando o layout “Simples” da própria plataforma. A página inicial apresenta as 10 últimas postagens.

Acima do cabeçalho, que contém um hiperlink para a página inicial, há uma barra com as editorias utilizadas pelo site: “início”, que direciona para a página inicial; “corrente cultural”, que direciona para a cobertura das duas correntes culturais de Curitiba; “artes”, que direciona para as matérias de exposições artísticas diversas; “quadrinhos”; que

direciona para textos do evento Gibicon; “fotos”; direcionada para as matérias com slideshows; “vídeos”, direcionando para as matérias com vídeos; “carnaval”, para as matérias sobre o carnaval.

Ao lado direito, há um sistema de buscas do próprio blogspot, que auxilia os leitores a encontrar matérias dentro do site. Há também um direcionador para os marcadores do site e banners de outros blogs do curso de Jornalismo da UniBrasil. Para facilitar a ideia de que o blog é um registro histórico das atividades culturais da cidade, há também, do lado direito, um arquivo separado por data das publicações do site.

A indicação dos repórteres é sempre produzir conteúdos com texto, foto e vídeo. Nem todos conseguem, mas a maioria das postagens apresenta ao menos um slideshow do Flickr e um registro feito com câmeras amadoras dos acontecimentos narrados no texto.

6 CONSIDERAÇÕES

Como resultado, o jornal Capital Cultura (<http://jornalcapitalcultura.blogspot.com.br>) propiciou aos alunos a produção de jornalismo cultural – estimulando a experiência com textos críticos e noticiosos, além de conteúdos multimídias, como vídeos e fotos. As 67 postagens renderam, até março de 2014, cerca de 7 mil visualizações. A maioria delas nos períodos em que os textos foram colocados no ar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FARO, José Salvador. Nem tudo que reluz é ouro. In: **Comunicação & Sociedade - Opinião Pública na Idade Mídia**. Universidade Metodista de São Paulo. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view>>. Acesso em 18 de agosto de 2012.

MELO, José Marques. **Indústria Cultural, Jornalismo e Jornalistas**. In: Revista Brasileira de Comunicação, ano XIV. Julho/Dezembro de 1991.

KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo**. Geração Editorial, São Paulo, 2003.