



*CuritibaAgora: produção hardnews na Universidade*¹

Flávia ZANFORLIM²

Zanei BARCELLOS³

Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

O presente artigo relata a experiência de pesquisa, planejamento e produção ininterrupta, dentro de um período de três dias, de jornalismo online realizada para o webjornal laboratório CuritibaAgora, por estudantes do 3.º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da PUCPR. A atividade do webjornal, até o ano de 2009, encontra-se na sua 5.ª edição. Busca-se, portanto, aproximar o corpo docente das novas tendências na área de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; experimentalismo; tempo real; webjornal.

1 INTRODUÇÃO

A globalização promovida pelo salto tecnológico ocorrido entre o final do século XX e início do XXI, a expansão do capitalismo, a ascensão dos meios de comunicação, mais o advento da internet com a World Wide Web (WWW), em 1991, confirma a previsão de MCLUHAN (1969) da “aldeia global”. Isto significa que a comunicação está cada vez mais complexa, quebrando os limites do tempo e do espaço.

No meio jornalístico, a troca da máquina de escrever não foi somente a primeira, mas, também, a mais simples das mudanças que o jornalista sofreu com a chegada da internet. Pois esta nova mídia não é mais um simples canal de comunicação, mas um espaço de relacionamento constante. Neste novo ambiente, o jornalista se depara com seis características potenciais oferecidas pela internet ao jornalismo desenvolvido na web, são elas: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade, multimídia/ convergência, memória e instantaneidade (Palácios, 2003).

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Jornalismo, modalidade site jornalístico (conjunto/série).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: eu@flaviaz.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: zanei.barcellos@gmail.com.



A interatividade possibilitada no espaço virtual garante a abertura de um espaço democrático, pois quebra a linearidade de relação emissor/receptor, dando mais autonomia e voz participativa do receptor, ou seja, do público, do consumidor da informação/notícia. A customização de conteúdo permite a personalização na configuração de produtos webjornalísticos. Existe, portanto, um armazenamento das preferências do usuário pelo site. A hipertextualidade é um canal que mantém tudo o que existe na internet relacionado, quebrando a linearidade no texto, e originando uma diversidade de maneiras de condução de leitura no espaço virtual. A multimídia deve-se ao fato de ser possível na internet a veiculação de qualquer tipo de mídia, texto, imagem, áudio e cine. Memória, para Palácios (1999), é referente a alta capacidade de acumulação de informações na web. E a instantaneidade muito se aproxima do campo jornalístico que busca informar o acontecimento dentro de um prazo cada vez mais curto, e que na internet, devido a característica da instantaneidade, alcançou-se o conceito de tempo-real, sendo a possibilidade de um grande número de cobertura ao vivo de acontecimentos. Desta forma, estas mídias convergem no ciberespaço constituindo uma nova mídia, que é própria do espaço virtual.

Em 2005, iniciou-se então os primeiros estudos do Núcleo de Editores, formado por alunos do 3.º ano de Jornalismo da PUCPR, dentro da disciplina de Jornalismo e Novas Mídias, ministrada pelo doutorando e professor orientador deste artigo, Zanei Ramos Barcellos. A principal finalidade deste grupo é a execução de um webjornal laboratório, o CuritibaAgora, com produção de três dias, 24 horas por dia, de notícias em tempo real. Este núcleo buscava não somente entender este novo ambiente de comunicação, o ciberespaço, mas principalmente desenvolver técnicas específicas para o jornalismo na web, experienciadas no CuritibaAgora,

Os primeiros sites de notícias foram os grandes portais, que traziam e trazem notícias dos mais variados lugares e assuntos. Porém, segundo pesquisa realizada pelo CyberDialogue, metade dos usuários da internet nos EUA, cerca de 48 milhões de pessoas, procuram sites que contenham informações locais. Os primeiros sites de conteúdo local surgiram nos Estados Unidos, em 1998 (BARBOSA, 2002). A veiculação de conteúdos locais coloca a proximidade como outro ponto chave deste novo mercado.

Seguindo essa tendência, o webjornal CuritibaAgora trabalha com notícias de caráter local, isto, desde a sua criação em 2005. A princípio, o CuritibaAgora não escolheu



trabalhar com o público curitibano porque tinha percebido a regionalização como um novo mercado em ascensão, mas devido às necessidades e limitações dos alunos, considerando que seria inviável que os estudantes realizassem cobertura em tempo real de acontecimentos fora do espaço onde vivem.

Porém, a linha editorial de atender o público curitibano, escolhida pelos alunos e professor que conduziram o webjornal CuritibaAgora, que no início se mostrou como uma dificuldade, no ano seguinte, 2006, já foi percebida como uma oportunidade, e em 2007 foi realizada a primeira pesquisa de opinião com resultados que evidenciaram que o internauta curitibano busca antes de notícias globais as locais. E em 2009, foi aplicada outra pesquisa, porém desta vez, com critérios científicos, mas com resultados semelhantes, que comprovaram a preferência do público escolhido por conteúdo local, em vez de global.

Com o objetivo de apresentar a experiência da equipe do CuritibaAgora, o presente artigo decorre sobre os objetivos específicos, justificativa, metodologia e processo de implementação do site.

2 OBJETIVO

Em face deste novo nicho que se mostra em ascensão, que são as mídias de caráter local, o website CuritibaAgora visa buscar caminhos e ações, de forma estratégica, para atender este mercado e realizar pesquisas científicas voltadas à academia, usando do espaço próprio para experimentação e pesquisa, que é a Universidade, evitando, assim, que o dia a dia das redações seja prejudicado pela falta de conhecimento específico desta nova área e fornecendo subsídios à pesquisa acadêmica.

Através deste foco, objetiva-se levantar dados e conceitos dos principais eixos que estruturam o ciberespaço, já que o produto não é simplesmente uma mídia local, mas sim uma mídia local virtual. Desta forma, poder utilizar de maneira adequada as características deste novo espaço de comunicação.

Além disso, busca-se aproximar o corpo docente das novas tendências na área de comunicação, com ênfase em Jornalismo, e possibilitar a experiência de produção ininterrupta de notícias, dentro da Universidade, dando espaço, mais uma vez, para a pesquisa e o experimentalismo acadêmico.

3 JUSTIFICATIVA



A execução do CuritibaAgora no ano de 2009 significou a 5.^a edição do webjornal no ar. A continuidade deste trabalho, iniciado em 2005, tem feito com que seja evoluída a técnica na elaboração de um webjornal local. Esse resultado não é sentido somente pelos acadêmicos, mas pelo mercado. Um exemplo disso, é que no último ano, 2009, o CuritibaAgora pautou vários jornais, inclusive o principal do Paraná, a Gazeta do Povo, assim, comprovando a característica de veiculação de notícia em tempo real na internet, e a eficiência do trabalho realizado pelos integrantes do webjornal laboratório CuritibaAgora.

Outro ponto importante é que muitos são os jornais acadêmicos veiculados na internet, porém nenhum deles sofre atualização ininterrupta. Isto significa que estes ainda não se adequaram a uma característica predominante na web, o tempo real. Característica esta, que muito se familiariza à causa jornalística, considerando o papel que o jornalista tem como informador de notícias e formador de opinião. Já o CuritibaAgora, tem a grande inovação de produzir na Universidade conteúdo local para a web durante três dias de forma ininterrupta.

A execução de jornal laboratório também está entre as melhores formas de treinamento para o estudante. Pois, dentro deste planejamento, o aluno tem, de forma garantida, a orientação de um profissional da área de formação e uma finalidade de aprendizado bem determinada e, portanto, organizada.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O trabalho vem seguindo desde o início, 2005, ano em que foi feita a primeira edição do webjornal CuritibaAgora, quatro estágios de ação. São eles, pesquisa e planejamento; treinamento; pré-teste e replanejamento; e execução de produção de notícias 24 horas.

Durante a primeira etapa, pesquisa e planejamento, o professor da disciplina de Novas Mídias, o mesmo que orienta este artigo, Zanei Barcellos, elege alunos da turma do 3.^o ano de Jornalismo da Universidade, para compor o Núcleo Editorial, e que a partir da terceira etapa se transformará em Conselho Editorial do webjornal laboratório. São os alunos integrantes do Núcleo de Editores que realizam as primeiras pesquisas, principalmente a de campo, com o tema “Jornalismo Online”, assim, atualizando as pesquisas realizadas pelos anos anteriores do CuritibaAgora. É neste estágio também que o Núcleo de Editores planeja as diretrizes que levarão a produção 24 horas de notícia na última etapa.

O segundo momento se inicia com a apresentação das pesquisas e do planejamento de trabalho, pelo Núcleo de Editores à turma inteira. Neste momento, a turma conhece o



projeto e o mecanismo de funcionamento do CuritibaAgora, podendo opinar sobre o planejamento apresentado.

A terceira etapa consiste em organizar a turma entre as editorias do webjornal e realizar treinamentos nos quais os integrantes desempenhem todas as tarefas, isto, sem que as produções se tornem públicas no site. Neste estágio também ocorrem reuniões das editorias com o professor e com o Núcleo de Editores, que neste estágio exerce função de Conselho Editorial do site, para avaliação da prática e realização de correções garantindo que o trabalho aconteça da melhor forma nos dias em de produção.

A quarta etapa é a prática, sendo a atualização ininterrupta de conteúdo jornalístico local. O site permanecerá atualizado durante três dias, com toda a turma trabalhando na sua administração e produção de conteúdos. A esta etapa acrescentam-se reuniões posteriores de avaliação e redação de relatórios que complementarão o trabalho acadêmico em desenvolvimento desde que a primeira turma realizou estes mesmos procedimentos em 2005.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A primeira etapa desenvolvida no ano de 2009 teve um diferencial dos anos anteriores, pois foi adaptada e planejada uma pesquisa de opinião, já aplicada em 2007, mas agora com critérios científicos. O objetivo era verificar se o webjornal estava atendendo realmente um público que ainda carece de produtos disponíveis no mercado, que são as notícias locais em um espaço definido para elas, os portais locais.

A pesquisa de opinião levantou dados sobre o perfil do internauta curitibano, suas preferências por assuntos segmentados, desde os locais, passando por regionais/estaduais e pelos nacionais, até os globais, e o detalhamento destas características conforme sexo e faixa etária das classes econômicas A, B e C. A pesquisa foi respondida por 404 pessoas, tendo 95% de nível de confiança e 5% de margem de erro. A pesquisa revelou que 56% dos entrevistados buscam primeiramente as notícias locais, ao contrário da tendência inicial do jornalismo na web, que foi a de construir portais com os mais variados assuntos, dos mais variados lugares, e de interesse generalizado.

No período compreendido entre as decisões que levaram à adoção das linguagens jornalísticas e aquele em que o site esteve no ar por três dias sem interrupção, foi feito um dia de testes de funcionamento dos equipamentos e dos sistemas empregados, e alguns dias



de treinamento. Estes treinamentos e testes foram coordenados pelo Conselho Editorial, formado pelos alunos integrantes do Núcleo de Editores de Internet. O Conselho e todos os alunos da disciplina de Jornalismo e Novas Mídias tiveram como coordenadora e editora-chefe a aluna líder responsável por este artigo, sob supervisão do professor da disciplina e orientador. Os alunos da disciplina assumiram as funções de repórteres, editores e fotógrafos do webjornal. Os treinamentos foram realizados entre 12 de setembro até o dia teste, 25 de setembro, para que a equipe se preparasse e sugerisse quanto os padrões já apresentados.

Um dos alunos integrantes do Núcleo de Editores de Internet coordenou a produção de dois manuais: “Manual de Postagem Curitiba Agora 2009: para repórteres e editores” que explica os procedimentos necessários para a postagem de textos e imagens, e “Manual Técnico para Editores”, que apresenta como devem ser postadas as matérias de formato audiovisual.

O dia teste, 25 de setembro, evidenciou a necessidade de ajustes administrativos. Alguns alunos foram remanejados de suas funções para que fosse possível manter a dinamicidade na atualização do site na aprovação dos conteúdos produzidos.

Surgiram também dificuldades em relação ao suporte técnico, pois havia poucos carros para deslocamento de repórteres, e apenas um computador tinha programa de edição de vídeo e áudio, além de projeto não ter disponível técnico em programação de sites, problema solucionado parcialmente com ajuda de técnico voluntário externo à universidade, que configurou o site em acordo com o Conselho Editorial. Outro problema foi com a hospedagem do site, que no dia do teste, 25 de setembro, apresentou problemas no armazenamento de dados, resultando em perdas de algumas notícias postadas no webjornal, e o mesmo problema se repetiu no primeiro dia prático de produção, 27 de outubro.

As modificações realizadas no layout do site foram: diminuição da gravata das matérias, dando mais destaque ao título, e conseqüentemente, otimizando o espaço para a apresentação de seis matérias e não de quatro, como era antes, até o ano de 2008. O técnico externo também criou no site uma sessão na região central para apresentação de matérias audiovisuais, e uma página individual para cada uma dessas matérias publicadas.



Os três dias efetivos de atividade do site, 27, 28 e 29 de outubro de 2009, tiveram produção ativo ininterrupta, com cobertura de notícias locais em tempo real, alcançando, no total, 218 matérias produzidas e publicadas pela turma, sendo 27 delas multimídia, isto, sem incluir os torpedos (notícias rápidas publicadas no lado direito da homepage).

O programa Google Analytics, que monitorou os acessos ao CuritibaAgora, forneceu os parâmetros para análise de audiência e suas características de forma bastante eficaz.

6 RESULTADOS

O trabalho alcançou resultados mais positivos que o esperado, além da colaboração geral, algo difícil, na administração do trabalho de 59 pessoas, a união e determinação da equipe possibilitou a produção, nos três dias de trabalho, de 218 matérias, sem contar os torpedos, sendo 27 multimídia. Este número contabiliza somente as matérias salvas, pois por problema no serviço de hospedagem do site, foram perdidas matérias realizadas no dia teste e no primeiro dia de produção.

A audiência do site, monitorada pelo programa Google Analytics, comprovou a relevância das matérias. No dia 27/10 houve 15,456 mil acessos, no dia 28/10 houve 11,623 mil acessos e no dia 29 houve 14,840 mil acessos. A cada três horas os acessos foram de: no dia 27 – 1,953mil; no dia 28 – 1,121mil; e no dia 29 – 1,855mil. Os relatórios também notificaram acessos realizados de pessoas do exterior. Os países registrados ao longo dos três dias são: África do Sul, Alemanha, Argentina, Austrália, Bélgica, Canadá, Chile, Espanha, EUA, Finlândia, França, Grécia, Itália, Japão, Portugal, Quênia, Reino Unido e Suíça.

7 CONSIDERAÇÕES

O fato de a rede virtual, como fator de integração social, ter mudado o perfil do consumidor da informação/notícia, abre múltiplos caminhos de comunicação, e consequentemente no meio midiático, abre novos mercados. A experiência promovida com o webjornal laboratório CuritibaAgora apontou informações relevantes sobre o jornalismo na web, contribuindo para aproveitamento acadêmico da internet como um mercado em ascensão.



É possível concluir, neste estágio de trabalho, por meio da pesquisa de opinião, da pesquisa teórica, da produção jornalística e dos relatórios obtidos com o Google Analytics, que o site atende um novo mercado em ascensão, o do jornalismo multimídia na internet; ele é ambiente propício para o ensino e experimentação do jornalismo multimídia; que a linguagem multimídia desenvolvida e utilizada é adequada; que o público que busca notícias na internet prefere as notícias locais.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Suzana. **Os conteúdos locais no Jornalismo Digital**. In: BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia**, 2002.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 6.^a ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

PALÁCIOS, Marcos. **O que há de (realmente) novo no Jornalismo On-line?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACION/UFBA, Bahia, em 21.09.1999

PALÁCIOS, Marcos. **Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória**. In: MACHADO, Elias & PALACIOS, Marcos (Orgs), **Modelos do Jornalismo Digital**, Salvador: Editora Calandra, 2003.

MARTINS, IP. Prefácio: **O ovo eletrônico**. In: FIORE, Q & MCLUHAN, N. **O meio são as mensagens**. Rio de Janeiro: Record, 1969.

<www.curitibaagora.com.br> **CuritibaAgora**. Acessado em 11 de abril de 2010.