

Alto Taquari em Pauta: uma experiência interdisciplinar em jornalismo digital¹

Aparecido Marden Reis ²

Marli Barboza da Silva³

Universidade do Estado de Mato Grosso, Unemat - MT

RESUMO

O projeto experimental em sala traz uma experiência universitária que resulta das atividades extras curriculares realizadas nas disciplinas de Introdução ao Marketing, Jornalismo Digital I e Fotojornalismo. Esse projeto foi realizado no decorrer do curso de Comunicação Social Habilitação em Jornalismo, pensando em como fazer jornalismo digital utilizando o blog como ferramenta jornalística.

PALAVRAS-CHAVE: Blog; Interatividade; Jornalismo Digital; Marketing.

INTRODUÇÃO

Estar conectado ao mundo através de um canal de informação que trata de assuntos do cotidiano, economia local, possibilitou a criação do blog Alto Taquari em Pauta, pois a plataforma além de ser gratuita possibilita editar de qualquer meio digital, tornando-o uma ferramenta que contribui para o desenvolvimento local e para o mundo da informação.

O blog Alto Taquari em Pauta (www.cidomarden.blogspot.com.br) surge em meio a um experimento universitário para obtenção de nota da disciplina Jornalismo Digital I. Inicialmente, a preocupação era apenas obter nota na disciplina, no entanto, as matérias publicadas começaram a repercutir na comunidade local, o que possibilitou a criação do canal como meio informativo.

Ao observar o crescimento dos acessos e o feedback dos leitores, tivemos então a idéia de torná-lo economicamente viável a partir da venda de espaços para empresas que se identificassem com nosso público leitor, e assim começamos uma atividade que propõe levar informação de interesse público à comunidade de Alto Taquari-MT.

Como afirma Lévy (1999, p.48) “o virtual existe sem estar presente”. Nossa concepção de blog era apenas uma pagina *on line* onde se poderia criar textos e opinar,

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade RT 06 Blog (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, email: aparecido.marden@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora Mestre do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo-UNEMAT, email:marlibarboza@yahoo.com.br

podendo usar o layout fornecido por eles sem poder alterar seguindo sempre um padrão estético que a plataforma escolhida fornecia.

A internet imprime na sociedade outras opções de se manter informadas, não apenas ficando no tradicional das revistas e jornais impressos, mas de algo que possa ser levado a qualquer lugar e acessado em apenas um clique, seja usando seu celular, tablet ou computador. Os principais benefícios em se poder informar virtualmente são o acesso mútuo a informação, a interatividade e conectividade.

Em Jornalismo Digital I, aprendemos em sala de aula que uma maneira de cativar o leitor é levar até eles textos curtos, mas que ao mesmo tempo passe emoção prendendo a leitura diária do espaço que utiliza para informar, no meu caso o blog. A idéia central do jornalismo digital é informar e compartilhar a informação pelos meios que a internet oferece sem perder a credibilidade de um jornalista profissional e comprometido.

A todo minuto surgem novas notícias o que requer atenção do jornalista quanto à publicação da mesma na rede cabendo ao leitor escolher a sua fonte de informação. O blog Alto Taquari em Pauta vem ganhando espaço, pois leva em consideração os fatores informativos que o Jornalismo Digital I nos indica, credibilidade nas informações, confiabilidade nas fontes de pesquisas e entrevistados e uma boa reputação ao não se deixar vender ou manipular.

2 OBJETIVO

O objetivo do Blog Alto Taquari em Pauta é levar notícias do cotidiano taquariense de interesse público, principalmente aos munícipes, e a todos que tenham acesso ao blog por meio da internet.

Dentre os objetivos propostos pela prática jornalística, buscamos levar aos leitores do Município de Alto Taquari-MT e demais internautas, informações apuradas dos fatos que acontecem no município. Com base nesta iniciativa, de fato, visamos também aplicar o conhecimento adquirido nas disciplinas de Introdução ao Marketing, Fotojornalismo e Jornalismo Digital I.

A idéia é possibilitar acesso à informação local confiável e legítima dos fatos aos leitores do blog, ao torná-lo viável economicamente sem, contudo interferir no conteúdo jornalístico, e compartilhar experiências com os colegas do curso ao tornar o blog uma ferramenta para uso profissional.

3 JUSTIFICATIVA

A cidade de Alto Taquari possui uma população de 8.072 habitantes (IBGE, 2010). Existem no município dois sites de notícias, Tv Taquari e O imparcial News, ambos patrocinados pelas empresas do município e pela prefeitura municipal, conforme anúncios nas páginas principais dos sites.

Estar cursando o curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo possibilitou-me analisar os conteúdos das mídias locais. O site da TV Taquari (www.tvtaquari.com.br), não possui jornalista formado e traz em suas páginas cópias de agências de notícias ou até mesmo de outros jornais de circulação nacional/local, além das matérias de assessoria dos seus patrocinadores.

O site O imparcial News (www.oimparcialnews.com.br), tem em seu quadro de funcionários dois jornalistas formados, no entanto não atualiza diariamente suas matérias. Por serem patrocinados pela Prefeitura Municipal, é impossível ver em suas páginas matérias que vão contra a administração pública.

Observando que as mídias locais estão voltadas mais para assessoria do que a informação de interesse público, foi a oportunidade de mercado que nos levou a transformar um experimento universitário em uma ferramenta de informação, logo, nesse contexto, surge o blog Alto Taquari em Pauta.

É o primeiro blog de notícias da cidade. No início criado para obtenção de nota na disciplina de Jornalismo Digital I, ministrada no 5º semestre de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, hoje constitui-se um “site” de notícias que busca informar grupos de moradores sobre sua cidade. O objetivo maior do blog é conquistar os leitores para lerem as notícias publicadas e sempre com um teor jornalístico diferente das mídias locais.

A recepção das pessoas com a nova mídia foi positiva. E colocando em prática uma atividade de pesquisa mercadológica da disciplina de Introdução ao Marketing, fez com que entendêssemos o mercado que estávamos entrando e assim passamos a oferecer espaços para propaganda. Concordamos com Kotler (2000, p.31) “Sem crescimento não pode haver lucros.”

No entanto, não deixando que os anunciantes interferissem na produção das matérias jornalísticas. Após colocar os anúncios no Blog mostramos aos nossos leitores e

anunciantes que se pode fazer propaganda e informar sem que a publicidade interferisse na qualidade da notícia.

Foi necessário adotar algumas mudanças e melhorias no blog, sempre pensando no leitor e visando o mercado local, pois “melhorias contínuas nos produtos é uma estratégia sólida, especialmente se a empresa puder ser a líder nesse item.” (KOTLER, 2000, p. 20)

Segundo Christofletti e Laux (2007, p.31):

A disseminação de blogs como ferramentas para o jornalismo *on line* tem possibilitado a percepção de que não apenas vêm se desenvolvendo novas práticas de apuração e difusão de informações e opiniões, como também vêm se apontando para outras formas de relacionamento entre produtores e consumidores desses meios.

O blog foi escolhido como ferramenta a ser experimental na Disciplina de Jornalismo Digital por ter uma linguagem mais informal, rápida e direta e ao mesmo tempo potencializa a liberdade de se expressar. O editor tem em suas mãos a liberdade de escrever suas matérias e opinar sobre os fatos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Com o conhecimento adquirido na disciplina de Introdução ao Marketing desenvolvemos um Plano de Marketing como instrumento para identificar o que precisava mudar para agradar aos leitores, assim conseguir atraí-los para o nosso blog. Fizemos uma pesquisa de mercado para embasar e definir o Marketing Mix, e definimos os Cinco P's: produto, preço, praça, promoção e pessoas.

A pesquisa é o ponto inicial para o marketing sem ela uma empresa entra em um mercado às cegas. Os profissionais de marketing da empresa devem então prosseguir para o estágio de marketing tático, para estabelecer as ferramentas do mix do produto. (KOTLER, 2000, p. 49).

Dentre as decisões estratégicas pensadas e as técnicas utilizadas na edição e construção do Blog Alto Taquari em Pauta utilizou-se:

- Inicialmente a elaboração de um novo portal de informação;
- Uma pesquisa de campo para conhecer o mercado que estaria entrando;
- Estudo em HTML para poder aprimorar o Layout do Blog;
- Um trabalho mais avançado na estrutura do Blog;
- Ter domínio sobre a linguagem virtual

- Identificar necessidades e desejos dos leitores em relação ao layout e conteúdo jornalístico a ser trabalhado;
- Buscar verbas publicitárias sem prejuízo do jornalístico.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Após as aulas de Jornalismo Digital I, Introdução ao Marketing e Planejamento Gráfico, pudemos colocar o que aprendemos em prática. Surgiram então as mudanças no conteúdo das matérias publicadas, no layout e em nossa concepção de fazer jornalismo digital.

As aulas de Jornalismo Digital I nos possibilitou o conhecimento das exigências necessárias para publicações *on line* da informação, sendo assim, a edição das matérias em nosso blog passou a ser mais informativa e menos opinativa, possibilitando ao leitor a liberdade de formar sua própria opinião.

A atualização e publicação de novas matérias passaram de semanal à diária, nas aulas de Introdução ao Marketing, por meio de uma atividade de pesquisa mercadológica, foi possível conhecer o nosso público-alvo e o que eles gostariam de ver, assim adaptamos o blog às necessidades dos nossos clientes, os leitores.

Sem a base adquirida no decorrer do ano não teríamos como realizar mudanças no blog e colocar em prática o que aprendemos nas disciplinas de Jornalismo Digital I, Introdução ao Marketing, Planejamento Gráfico e Fotojornalismo. Conforme as figuras abaixo o conjunto das disciplinas ajudou e muito no crescimento visual e informativo do blog.

Figura 1. Início do Blog



Figura 2. Blog após aplicar o resultado da pesquisa mercadológica



Figura 3. Blog atualmente



O jornalismo digital difere do impresso pela velocidade que a notícia se propaga e por poder trazer junto às notícias vídeos e áudios, pelo seu caráter multimodal. Como jornalista temos que estar sempre atualizados e, sendo assim, criamos utilizando de “interatividade” e “multimedialidade” canais para disponibilizar compartilhamento das informações via Facebook, Twitter ou assistir alguma matéria pelo canal do youtube.

Assim como Steingberger, (2007, p. 329), acreditamos que “além da velocidade e da flexibilidade na troca de papéis, a construção da opinião no meio digital também é marcada pela relativização do peso das fontes e das autorias”.

6 CONSIDERAÇÕES

Os alunos do 5º semestre de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo foram incumbidos pela professora que ministra a disciplina de Introdução ao Marketing a realizar um plano de Marketing e apresentá-lo em sala de aula. Durante semanas realizando pesquisa com os nossos leitores, e chegamos a um resultado que possibilitou mudanças positivas ao nosso blog.

Após colocarmos em prática a pesquisa realizada e elaborada para conhecer os nossos leitores, tivemos a convicção que não apenas estávamos informando, mas ajudando as pessoas a formarem suas opiniões a respeito do jornalismo digital e da credibilidade do meio digital na cidade de Alto Taquari. Conquistamos o nosso espaço como estudante de jornalismo, escrevemos em nosso blog pautas de nossa pequena cidade e que a cada dia vem conquistando o espaço e sempre buscando inovação.

Hoje o nosso produto além de oferecer aos leitores taquarienses matérias de todos os estilos, oferece também espaço nas redes sociais para compartilhá-las, dando ao leitor a oportunidade de compartilhar informações sobre o município gerando assim um grupo de discussão nas redes sobre tudo que envolve a sociedade local, principalmente a administração pública.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CRISTOFOLETTI, Rogério; LAUX, Ana Paula Franco. **Revista Brasileira de Ciência da Comunicação: Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo digital e na blogosfera.** São Paulo, 2007.

STEINGBERGER, Margareth Born. **A comunicação no mercado digital.** Santos, 2007. (p 323-334).

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI.** São Paulo, 2000.