



eFácil – as maravilhas da tecnologia ao alcance de todos¹

Josiane Santos de LIMA ²
Maísa Correia MARTINO ³
Nélia Rodrigues Del BIANCO ⁴
Universidade de Brasília, Brasília, DF

Resumo

O presente *paper* apresenta o projeto de um blog jornalístico que aborda tecnologia e comunicação. Os temas são variados, englobando desde novidades de softwares e produtos até novas redes de relacionamento. As matérias foram escritas de maneira que o leitor não precisa ter um pré-conhecimento da área e o que foi publicado teve como foco principal a aplicabilidade do conteúdo ao cotidiano do internauta. A navegabilidade e a interatividade serão os principais meios para facilitar a busca por matérias no site e para conhecer os interesses do leitor.

Palavras-chave:

Blog; Comunicação; Tecnologia; Cotidiano; Informática.

I – Introdução

Os weblogs (ou blogs) são fontes de conteúdo e funcionalidade onde o usuário pode dar ao visitante a liberdade de publicar comentários e tornar a comunicação uma interessante via de mão dupla, de um para um, de um para vários e de vários para vários (BANKS, 2008, p. xvi). Os blogs são rápidos, interativos e um forte meio de disseminação de ideias, transformando-os num forte aliado a nossa proposta de simplificar o acesso à informação.

Apesar de divergirem sobre o futuro do jornalismo e sobre a prática nos blogs, os 30 maiores blogueiros do mundo listados no livro *Blogging Heroes* (BANKS, 2008) são unânimes em um conselho: escreva sobre sua paixão. Por isso, apesar dos mais de 120.000.000 milhões de blogs já existentes (segundo o portal Technorati.com, <http://www.technorati.com>), procuramos nosso espaço na blogosfera. Não só somos minoria entre os blogueiros (dois terços são homens), mas também no nicho: tecnologia é um tema que tradicionalmente chama mais a atenção do público masculino.

Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na categoria Produção Editorial Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Blog (avulso).

² Bacharel em Comunicação Social pela Universidade de Brasília. Jornalista. E-mail: josianeslima@gmail.com.

³ Bacharel em Comunicação Social pela Universidade de Brasília. Jornalista. E-mail: maisamartino@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Jornalista. Professora adjunta da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Doutora em Comunicação-Jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da USP (2004). Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília (1991). E-mail: nbianco@uol.com.br.



Nós não somos especialistas em programação ou desenvolvimento web, mas temos uma grande facilidade para entender o mundo tecnológico. Essa facilidade levou a uma paixão que precisava ser compartilhada. Sites sobre o assunto já existiam, mas percebemos que eles não tinham uma linguagem voltada para o internauta leigo, daí surge o **eFácil – as maravilhas da tecnologia ao alcance de todos**.

II – Objetivo

O objetivo do blog eFácil é, em primeira instância, suprir a necessidade notícias, curiosidades e novidades de um público que se interessa por tecnologia, mas que são leigos no campo. Ao passo que as notícias desse mesmo site possam ser atrativas e aplicáveis ao cotidiano. Outra meta do blog é usar de todos os recursos possíveis que a plataforma do Wordpress suporta para facilitar a navegabilidade e o entendimento das matérias. O fim do eFácil é que seus leitores possam ser inseridos no mundo da tecnologia, entendam os rumos tecnológicos e desenvolvam uma independência no que se refere a linguagem e aos produtos do nicho.

III – Justificativa

Esta pesquisa expõe aspectos altamente relevantes na Comunicação Social. Uma grande questão que não está explícita no produto e na pesquisa como um todo é o uso da nova mídia pelo jornalismo. A discussão a respeito do futuro do jornalismo é grande e muitos profissionais e estudiosos ainda divergem sobre o assunto. O uso do blog com elementos jornalísticos e matérias opinativas vai de encontro ao pensamento dos mais ortodoxos que acreditam que o uso da internet não passará de uma febre e que o jornalismo online não subsistirá com o decorrer do tempo.

O uso das mais variadas formas de mídia no produto também servem como experiência para mostrar que esse tipo de ferramenta auxilia no entendimento do leitor, ainda mais se tratando de um nicho tão pouco acessível quanto é a tecnologia. A gratuidade do acesso às notícias e a mudança de linguagem também são questões a serem observadas através da pesquisa. Ao mesmo tempo não propomos o uso dessa plataforma como substituta para o que hoje se entende do jornalismo tradicional exposto no veículo impresso, televisão e rádio. Pelo contrário, a ideia é que os estudantes e novos profissionais possam levar em conta a nova tendência da notícia e transmitir muitas dessas novidades para as outras mídias.



A evidência do webjornalismo e a grande discussão gerada em torno dele, leva também a outro ponto que deve ser levado em consideração e discutido na academia: o mercado de trabalho. Por mais que o ambiente universitário seja um espaço pensante, deve-se levar em consideração a preparação profissional dos estudantes. Cada vez mais, grupos de comunicação têm inserido digitalmente seu produto e contratado profissionais gabaritados para esse tipo de trabalho e até para manter um weblog que não seja de notícias correlacionadas ao veículo, mas um meio independente de propagação de ideias e comentários:

“Você de fato deve ser muito alienado se considera uma carreira no jornalismo impresso hoje em dia ou pensa em acumular ações de empresas de forte atuação na mídia impressa, como a Tribune Company.” (HEWITT, 2005, p.22)

Por último, levantamos um tema que não é muito explorado na faculdade como nicho noticioso: a tecnologia. Por exigir um conhecimento mais aprofundado e uma especialização no assunto, as notícias do ramo da tecnologia costumam ser escritas por profissionais envolvidos com tecnologia da informação ou por jornalistas que já se acostumaram com a linguagem e os termos poucos utilizados no dia-a-dia. O eFácil apresenta a tecnologia revista por (quase) jornalistas que não estão viciadas nos verbetes comuns e que tentam reescrever esse mundo para o público leigo.

IV – Metodologia

A ideia do projeto surgiu para sanar uma necessidade da própria dupla. Ao tentarmos nós informar ou entender o mundo da tecnologia nos deparávamos com notícias desinteressantes e com linguagem técnica. Conversando com pessoas próximas, observamos que existia um grupo de pessoas que também gostariam de ler sobre o assunto, mas não se sentiam atraídas pelos modelos de sites de tecnologia mais comuns na Internet.

Traçamos nosso público-alvo, composto por jovens de 20 a 30 anos, que trabalham, usam internet frequentemente, gostam de se informar sobre novidades e se interessam por novas tecnologias. O primeiro passo foi analisar sites que tratassem de tecnologia. Após analisarmos, destacamos os principais pontos, positivos ou negativos, de cada site e traçamos um diagnóstico que nos guiaria durante a criação do nosso blog.

Em estudo divulgado no Intercom, Alex Primo fez uma avaliação estatística dos 50 blogs mais populares em língua portuguesa (PRIMO, 2008). A partir desse artigo classificamos o eFácil. Sendo produzido por duas pessoas unidas pela amizade e o curso de formação, com um tema de nosso interesse pessoal, o blog foi enquadrado no gênero



“grupal”. Com *posts* individuais evidenciando nossas opiniões pessoais e sem cargos ou títulos definidos por metas alcançadas ou outros tipos de pontuação, nos mantemos dentro da classificação do gênero. Apesar de apresentarmos uma imagem coesa, nos diferenciamos de blogs organizacionais por não termos desenvolvido um planejamento dessa unidade. Dentro do gênero grupal, ainda existem quatro outros gêneros: informativo, reflexivo, informativo interno e auto-reflexivo. Por publicarmos material de nossa própria autoria, reescrever notícias encontrados em outras publicações e compartilhar tutoriais, procedimentos e downloads, estamos inseridas, mais especificamente no gênero grupal-informativo.

O que torna um site/blog atrativo está numa série de fatores e não em um motivo isolado. Não baste ter cores claras e notícias bem dispostas em uma página. É necessário que tudo isso esteja disponível junto com temas interessantes, linguagem acessível e possibilidade de interação. O leitor quer saber, mas também quer ter seu espaço para opinar e ser ouvido. A possibilidade de encontrar matérias com fatos inusitados e novidades do mercado aumenta a possibilidade de leitura de uma matéria, mas não é suficiente só captar esse conhecimento, o público precisa, também, encontrar alguma aplicabilidade no que foi dito.

Tendo como proposta central do blog oferecer notícias e informação que possam influenciar ou ter aplicabilidade direta no cotidiano dos leitores, partimos para a escolha do nome. A primeira idéia era fazer referencia ao universo *nerd*, de fãs de computadores e afins. Mas como a proposta do blog era justamente aproximadas as pessoas que não estão tão familiarizadas com o mundo tecnológico, a idéia foi abortada. O nome precisa transparecer o conceito de praticidade e aplicabilidade. Por isso não poderia ser grande ou que oferecesse alguma dificuldade de compreensão do internauta. Chegamos ao eFácil. O nome é uma junção do *e* usado na palavra email, que significa eletrônico, e a palavra fácil, ou seja, eletrônico, eletrônica de maneira fácil. Ao tentarmos comprar o domínio, somente dois estavam disponíveis: .bizz ou .jor. Por se tratar de um blog jornalístico, optamos pelo .jor. O eFácil estava criado: www.efacil.jor.br.

Depois de decidirmos o nome e conceito, partimos para a definição do visual, da parte gráfica do blog. Com a ajuda de um publicitário e um programador, discutimos quais elementos gráficos fariam parte do projeto do eFácil. A escolha do template, ou seja, do tema, da organização das notícias foi um dos pontos mais importantes da discussão.

Considerando que desejávamos uma navegabilidade realmente simples e prática escolhemos em que as notícias não fiquei expostas inteiras, apenas o título e uma parte do



primeiro parágrafo fica na primeira página. O usuário não precisa a barra de rolagem para visualizar as notícias e o campo de busca fica em bastante evidência.

“Jonathan Briggs, especialista em webdesign (www.othermedia.com), recomenda que a informação se apresente de maneira que os visitantes não tenham que fazer mais de três cliques para encontrar o que buscam. Ele também observa durante uma entrevista concedida a revista Application Development Advisor (www.appdevadvisor.com) que o ideal é que os usuários não tenham que recorrer aos comandos da barra de ferramentas (voltar, prosseguir, etc) mas possam facilmente navegar pelos links do site” (LÓPEZ, p.2)

A hierarquização das notícias é feita pelos administradores, o que nos permite definir o que ficará em destaque. O template também permite que coloquemos uma imagem no cabeçalho, o que nos permitiu colocar nossa logo em evidência. As cores de trabalho do blog foram uma sugestão do desenvolvedor da parte gráfica após informarmos que a ideia era um aspecto limpo, claro e simples, como o nome eFácil sugeria.

Mesmo antes da criação do layout, nós já postávamos no blog. A decisão de colocar matérias mesmo sem o site estar completo foi acertada. A postagem antecipada nos permitiu moldar melhor o conceito do site e explicá-lo para os desenvolvedores. Além disso, os próprios leitores começaram a sugerir pautas, o que nos auxiliou a decidir quais assuntos seriam englobados no eFácil.

Também foi através das primeiras postagens que percebemos que a fonte utilizada no início, Delicious, não seria uma boa escolha. Precisávamos de uma fonte simples que permitisse acentos gráficos. Por isso a Arial, tão simples, nos pareceu uma boa alternativa. Definidas a fonte e os assuntos englobados, partimos para as pautas.

O desenvolvimento e a criação da pauta são feitos como em veículo de comunicação. Durante o dia, entramos em sites que cobrem o assunto, pesquisamos em comunidades de redes sociais os assuntos mais comentados ou que mais geraram polêmicas e discutimos quais serão os destaques. Depois de decidido o assunto, a repórter responsável se informa sobre o assunto, procurando informações, sempre checando a fonte e a veracidade da informação.

Procuramos nos informar através de várias fontes e escrever a matéria contextualizando o leitor e informando qual será a aplicabilidade daquela notícia em seu cotidiano. Por se tratar de um blog jornalístico com o intuito de prestar um serviço aos usuários, muitas vezes testamos os utilitários disponíveis. Nestes casos, o repórter usa o aplicativo, verifica seus pontos fracos e fortes e expressa na matéria o que observou do produto.



Quando não é possível o próprio repórter testar, buscamos personagens que tenham usado o produto e que possam opinar sobre o tema. Também procuramos personagens com opiniões distintas para que o leitor possa decidir se usará ou não o produto.

Se a pauta for algo que não podemos cobrir pessoalmente, buscamos outra referência sobre o assunto ou alternativas para os leitores, tudo para fugir da cópia integral das matérias. Se não for possível reescrever ou acrescentar nada, colocamos a fonte. Se mesmo reescrita, a notícia conter informações colhidas por outros sites, também colocamos o crédito e um link direto para o site do qual retiramos a informação.

V – Considerações

Com esse trabalho conseguimos entrelaçar várias de nossas áreas de interesse. Juntamos o amor ao jornalismo com a paixão pela tecnologia e a novidade que promete muito para o futuro: o blog. A intersecção desses assuntos conferiu a possibilidade de fazer o que gostamos e desenvolver habilidades e técnicas que não seriam possíveis se não fosse a pesquisa e o aprendizado nesses meses de estudo.

Ao explorar o campo da Web 2.0 e toda a interação que ela promete, percebemos que os profissionais do jornalismo continuam divididos. Alguns mais ortodoxos acreditam que o fenômeno “weblog” não passa de um devaneio e que em breve o mundo voltará a ser o que era. Outros mais radicais defendem o blog como o futuro do jornalismo.

Nós estamos dos dois lados. Sim, a publicação de notícias em blog, a possibilidade de trabalhar de casa sem ser pressionado por editores e com o poder de escrever sobre tudo e todos tem espaço no cenário noticioso e cada vez mais se confirma como uma plataforma de notícias para o futuro. Ao mesmo tempo, teorias apocalípticas sobre o fim das mídias tradicionais já foram discursadas, mas o impresso, o rádio e a televisão continuam existindo e convivendo. A equipe, o equipamento e a verba investida nos meios tradicionais garantem uma notícia de qualidade, o que certamente continua sendo muito apreciado pelo público. O grande investimento, ponto a favor dos ortodoxos, é também um grande ponto a favor dos blogs: blogar praticamente não gera custos.

São muitos argumentos, muitos debates, o que é ótimo para o crescimento e desenvolvimento do novo cenário que se dará no futuro, mas são ideias que cada vez nos fazem ficar mais “em cima do muro” e apostar na divisão de tarefas das novas tecnologias com as tradicionais.

Outro destaque é a restrição do conteúdo do site. O campo da tecnologia é geralmente restrito aos profissionais de tecnologia da informação ou aos *geeks* (expressão



usada para definir pessoas que naturalmente tenham um dom para tecnologia). Ter tido a coragem de nos aventurar nesse mundo e explorá-lo foi um grande desafio. A comunidade tecnológica está disposta a discutir e trazer o que tem de novo no mundo, mas eles já tem a própria linguagem, o que dificulta muito o acesso do usuário comum. Não só entendemos, mas traduzimos toda essa novidade para leitores que querem participar dessa discussão, mas que não estão inseridos nessa realidade. O nosso objetivo é esse: facilitar a vida das pessoas com novidades que já estão aí, mas que apenas precisam ser apresentadas.

O baixo custo de hospedagem do blog e de pagamento pelo domínio assegura a continuidade do site mesmo com a nossa saída da Universidade. Os próximos passos são nos tornar conhecidas na comunidade *geek* e passar a interagir com eles na grande roda da tecnologia.

Referências bibliográficas

ADGHIRNI, Z. L. e PEREIRA, F. H. 'Perfil do profissional em ciberjornalismo: o blog como espaço de autoria e identidade na web'. IV Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJOR, Porto Alegre, 2006.

ARAUJO, A. V. 'A notícia que é notícia: o blog jornalístico', Porto Alegre, 2005, <http://www.nuted.ufrgs.br/objetos/2005/obj_blog/conceito.pdf>

BANKS, M. A. 'Blogging Heroes: Interviews with 30 of the World's Top Bloggers', Indianapolis, 2007.

BARBOSA, S. 'Jornalismo Digital de Terceira Geração'. Jornadas Jornalismo Online. 2005: Aspectos e Tendências, Covilhã, 2005.

BRADSHAW, P. 'A Brazilian online journalism student writes', In Online Journalism Blog, Birmingham, 2007.

BRIGGS, M. 'Jornalismo 2.0 – Como sobreviver e prosperar – Um guia de cultura digital na era da informação', Maryland, 2007.

FRANCISCATO, C. E. 'A participação dos leitores na construção de experiências temporais no jornalismo online'. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 2007.

HEWITT, H. 'Blog: Entenda a Revolução que Vai Mudar no Seu Mundo', 2007.

LÓPEZ, A. C. '¿Cómo se leen las noticias electrónicas?', in Que hay de nuevo, <<http://investigacion.org.mx/lared/julago00/quehaydenuevo.html>>

ORLANDINI, R. A. 'Admirável Mundo Novo – O Jornalismo e o Discurso Virtual, uma questão de nós'. 1º Simpósio do laboratório de estudos em comunicação, tecnologia e



educação cidadã, São Paulo, 2008,

<http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/simposio/anais/2008_Lecotec_274-288.pdf>

PALÁCIOS, M. ‘Fazendo jornalismo em redes híbridas’, in Observatório da Imprensa, 2002, <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/eno111220022.htm>>.

PRIMO, A. ‘Blogs e seus gêneros: Avaliação estatística dos 50 blogs mais populares em língua portuguesa’. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, 2008.

PRIMO, A. e TRÄSEL, M. ‘Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias’. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.

WOLTON, D. ‘Internet et après: une theorie critique des nouveaux médias’, Paris, 1999.

ZAMITH, F. ‘Blog-jornais: as experiências da Universidade do Porto’, Porto, 2003. <http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=zamith-fernando-blog-jornais.html>

_____. ‘Anuário de Jornalismo’, São Paulo, Faculdade Cásper Líbero, 2000.

SITES DE TECNOLOGIA:

<http://br.tecnologia.yahoo.com/>

<http://geekchic.com.br/>

<http://gmailblog.blogspot.com>

<http://googleblog.blogspot.com/>

<http://googlediscovery.com/>

<http://idgnow.uol.com.br/>

<http://info.abril.com.br/>

<http://macmagazine.uol.com.br/>

<http://mashable.com/2009/05/28/google-wave-guide/>

<http://oglobo.globo.com/tecnologia/>

<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI54913-15228,00->

BLOGS+OS+CAMPEOES+DE+AUDIENCIA.html

<http://wavety.com/google-wave/gadgets/>

<http://www.bemlegaus.com/>

<http://www.blogdoiphone.com/>

<http://www.cnet.com/>

<http://www.coolest-gadgets.com/>

<http://www.dnt.adv.br/noticias/midia/cibermentira-trotes-infernizam-internautas/>



<http://www.engadget.com/>
<http://www.estadao.com.br/tecnologia/>
<http://www.gadgetell.com/>
<http://www.gdhpress.com.br/blog/>
<http://www.geek.com.br/>
<http://www.geek.com/>
<http://www.impacta.com.br/>
<http://www.i-tecnologia.com/>
<http://www.locaweb.com.br/>
<http://www.meninos.us/>
<http://www.ovelho.com/>
<http://www.pontoxp.com/>
<http://www.reuters.com/finance/greenBusiness>
<http://www.reuters.com/news/technology>
<http://www.rts.org.br/>
<http://www.techcrunch.com/>
<http://www.thinkgeek.com>
<http://www.tinews.com.br/news/>
<http://www.winsupersite.com/>
<http://www.wordpress.com/>