



Site laboratório CuritibaAgora: aplicação das teorias na prática do hardnews¹

Durval RAMOS²
Emeline HIRAFUJI³
Gisele EBERSPÄCHER⁴
Igor CASTANHO⁵
Zanei BARCELLOS⁶

Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

O artigo relata o planejamento e as pesquisas realizadas para a produção jornalística da 6ª edição do webjornal laboratório CuritibaAgora, produzido por estudantes do 6.º período do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica do Paraná no ano de 2010. Os resultados obtidos nos três dias de funcionamento do site serão usados como possíveis alterações e inovações práticas para a próxima edição.

Palavras-chave: multimidiatização; redes sociais; internet; jornalismo online.

1.INTRODUÇÃO

O estudo realizado está inserido num momento de pós-modernidade, caracterizado pela velocidade e a superficialidade das relações, a busca por uma identidade e a saturação de informações. A busca de identidade ocorre por uma necessidade de afirmação do ser, que se sente apenas mais um entre tudo que acontece. Todas as mudanças de mentalidade são acompanhadas pelas mudanças ocorridas no campo da tecnologia, que permite novas maneiras de interação e obtenção de informações.

A pós-modernidade traz a fragmentação do ser. Segundo HALL (2006, p.12), “o sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se fragmentando; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas”. Esse estado está também em constante mutação. Assim, computadores pessoais e as redes formadas na Internet seriam instrumentos da fragmentação

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade site jornalístico (conjunto/série).

² Aluno Líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo, email: Durval.ramos@yahoo.com.br.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: emihrfj@gmail.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: gisele.eberspacher@gmail.com

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: ihcastanho@gmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social – Jornalismo, email: zanei.barcellos@gmail.com



desse ser, fazendo com que o processo de identificação também ocorra nas relações determinadas no ciberespaço.

Para CAPRA (2008), “redes sociais são, antes de tudo, redes de comunicação que envolvem linguagem simbólica, restrições culturais, relações de poder, etc”(p. 22). Assim, cria-se mais uma maneira de relacionamento humano.

Para DUARTE, QUANDT e SOUZA (2008, p.15), Pierre Lévy acredita que o surgimento das redes de computadores foi uma conquista tão importante para a humanidade como o controle sobre o fogo. Isso porque é uma ferramenta que permite novas interações e relações, entre indivíduos em conteúdo, acarretando também na desterritorialização.

Por isso, o conceito estabelecido para inteligência coletiva por LEVY (1999, p.28), “é uma inteligência distribuída por toda a parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”, se relaciona com as redes estabelecidas em meios digitais.

Já para CASTELLS (2003, p. 255) a Internet “se trata de uma rede de redes de computadores capazes de se comunicar entre si”. Assim, além de já nascer como rede, sendo essa sua maior essência, a Internet “é um meio de comunicação, de interação e de organização social”. Isso permite com que a Internet desenvolva redes de outras maneiras, aproximando usuários com interesses em comum, independente de outras características (como idade ou local em que está).

Considerando essas informações, a tendência apontada por diversos teóricos, incluindo JERKINS (2009), é que as relações estabelecidas entre os indivíduos da sociedade, inclusive os meios de informação, dependam cada vez mais da Internet, até um momento que possam depender somente da Internet.

“Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando”. (JENKINS, 2009, p. 29)



Nesse momento, a convergência não é um fenômeno exclusivo das mídias, acontecendo também de maneira simultânea com uma mudança na mentalidade dos consumidores dessas mesmas mídias. A compreensão da Internet e suas ferramentas é necessária, portanto, para que a apropriação desse meio seja feita da maneira mais eficiente para os usuários. Várias ferramentas dentro da própria Internet já servem para dar um dinamismo ainda maior ao meio. A utilização do hipertexto, que para LÉVY “automatiza, materializa essas operações de leitura, e amplia consideravelmente seu alcance”, (1999, p. 53), ou do multimídia, que para CASTELLS “é caracterizado pela integração de diferentes veículos de comunicação e seu potencial interativo” (2002, p. 450) fazem com que o meio seja cada vez mais característico e que se adeque às necessidades de cada usuário.

Outra tendência é a regionalização das notícias, que focam apenas assuntos próximos do leitor do veículo. Isso porque, dentre uma tendência de globalização, o público ainda busca informações locais.

Esta articulação coloca o local no interior da lógica da globalização (um fenômeno ocidental) que, provavelmente, em vez de destruir as identidades nacionais, poderá produzir novas identificações "globais" e novas identificações "locais" BARBOSA, 2003, p. 6).

2 OBJETIVO

O objetivo desse artigo é aprofundar alguns temas essenciais para compreensão de um meio novo para que seja possível realizar um exercício prático com métodos em busca de possíveis inovações no jornalismo online colocado em prática no site Curitiba Agora, por alunos do terceiro ano de Jornalismo da PUC-PR.

Para isso, objetiva-se levantar dados e realizar novas pesquisas que possam atender o mercado da comunicação que constantemente passa por transformações e assim evitar que esta área seja prejudicada por falta de informações específicas. Foram realizadas pesquisas acadêmicas que contribuirão para a experimentação do hard news, explorando os novos nichos de mercado em ascensão, como a multimídia, redes sociais e a regionalização da notícia. Além disso, a aplicação dos estudos que caracterizam as novas tendências do jornalismo na mídia local virtual no site do webjornal CuritibaAgora, foram essenciais para obter resultados que contribuirão para a inovação da prática laboratorial das próximas edições.



3 JUSTIFICATIVA

O site laboratório CuritibaAgora representa a execução de um trabalho contínuo que começou em 2005. A cada nova edição, trabalhos acadêmicos foram realizados para estruturar e acompanhar a evolução teórica e prática que envolve o jornalismo online. Aplicados de forma experimental, os estudantes têm a possibilidade de adquirir um aprendizado muito próximo ao mercado de trabalho, já que a atualização do site é ininterrupta.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A primeira etapa para o desenvolvimento do CuritibaAgora foi a criação de um Núcleo de Editores – e futuro Conselho Editorial e autores deste trabalho. Sendo assim, foram selecionados: Durval Ramos Junior, editor-chefe; Emeline Hirafuji, Gisele Jordana Eberspacher e Igor Hudson Castanho, também responsáveis pela administração do site nos três dias de trabalho.

Sob a orientação do professor Zanei Barcellos, o núcleo ficou com as responsabilidades de estudar os relatórios feitos pelas edições anteriores do jornal laboratório, realizar uma pesquisa sobre redes sociais e demais assuntos relacionados ao tema, desenvolver o suporte técnico do site e estabelecer um cronograma de ações para a realização de treinamentos e dos três dias de produção ininterrupta de matérias webjornalísticas.

O segundo momento iniciou-se com a apresentação dos estudos feitos pelo núcleo de editores ao restante da turma. Foi apresentado também: a linha editorial do jornal (público curitibano com abordagem de jornalismo cidadão), e o esboço de uma linguagem webjornalística, o cronograma, as transformações pelas quais o site estava passando, e que eles também poderiam contribuir, e a divisão da turma entre as editorias do site.

No terceiro momento, o conselho se reuniu diversas vezes com cada editoria para sanar dúvidas e preparar os editores e repórteres para a atividade jornalística no meio online. Nesses encontros, foram debatidos temas como linha editorial, assim como o padrão de imagens, vídeos e sonoras para internet. Também foi conversado sobre pautas e houve um levantamento de possíveis contatos úteis.

No dia 17/09, ocorreu o teste do CuritibaAgora. Nesta data, os alunos simularam um dia de trabalho em uma redação digital e elaboraram matérias para o site durante todo o dia.



Foram feitas reuniões de abertura e de fecho para orientar os editores e discutir as pautas selecionadas para aquele dia.

Com base nos resultados obtidos, o Conselho Editorial fez algumas reestruturações na equipe a fim de otimizar o desempenho de cada grupo no desempenho de suas tarefas. Por fim, o jornal online entrou oficialmente no ar nos dias 6,7 e 8 de outubro. Assim como no treinamento, reuniões aconteceram ao início e ao término dos “expedientes” para definir as abordagens dos assuntos, apontar melhorias e estruturar o trabalho do dia seguinte.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Apesar do entendimento de que a notícia deve ser voltada às massas se tornou modelo de produto jornalístico no Brasil, pois foi seguido o padrão norte-americano de se fazer jornalismo, e que também foi aderido no jornalismo veiculado na internet, com o surgimento dos grandes portais. O CuritibaAgora, como o próprio nome já define, tem como público alvo Curitiba, além da Região Metropolitana.

A escolha do público, que foi definida devido a necessidade dos alunos, apresenta-se como a medida tomada em solução da grande quantidade de informações disponíveis que os portais da web assumiram.

(...) Os sites com conteúdos locais – sejam de jornais, portais guias urbanos e demais serviços – são uma tendência na Web e atraem cada vez mais audiência, como confirmam algumas pesquisas. Nos Estados Unidos, por exemplo, os sites de notícias locais foram os que mais obtiveram rendimentos durante o ano de 2002 (...) (BARBOSA: 2002)

Em estrutura, a linha editorial do CuritibaAgora têm quatro determinantes: rede virtual, tempo real, foco em Curitiba e Região Metropolitana e jornalismo cidadão.

Rede virtual, porque produz uma notícia que é somente publicada na internet, desta forma deve ter uma linguagem adequada aos internautas, e a esta mídia; Tempo real, porque realiza cobertura em tempo real, noticiando assuntos factuais; Foco em Curitiba e Região Metropolitana, porque noticia somente assuntos de interesse exclusivo dessa região; Jornalismo Cidadão, porque tem abordagem jornalística cidadã. Este jornalismo assume a parcialidade de posicionamento, pois privilegia o cidadão e não fontes oficiais.



A cobertura realizada pelo CuritibaAgora durante os quatro dias ativos, respeitou estes princípios. Esta ideia é reforçada em:

(...) A prioridade para o entorno não elimina a veiculação sobre acontecimentos nacionais ou internacionais (...) O foco é que está direcionado. (...) O tratamento dado aos conteúdos não pode nem deve ser redutor. Ao contrário, proximidade, contigüidade, afinidade, também pressupõe interpretação, contextualização, como critérios de noticiabilidade (...) (BARBOSA: 2002)

Outro aspecto levado em consideração foi em relação ao surgimento de novas tecnologias para o acesso e a produção de conteúdos na web que tem provocado mudanças na forma como a informação é produzida, distribuída, apresentada e consumida. A produção jornalística agora necessita que se utilizem as novas ferramentas, para que as informações sejam coletadas e produzidas sem perda de qualidade BRIGGS (2007). O número de usuários da Internet também tem crescido substancialmente, sobretudo no Brasil, onde segundo a pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil, elaborada pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação em 2009 88% dos usuários de Internet utilizaram a ferramenta para a busca de informações e serviços online. Esse fenômeno desencadeou uma mudança na forma de se fazer jornalismo no formato online.

Com o crescimento no uso de conexões de banda larga, como também aponta a pesquisa elaborada pelo CETIC, (32% ao ano no Brasil, entre 2005 e 2009), os usuários passaram a ter uma melhor velocidade para o acesso de conteúdo, o que possibilitou a integração de diversas mídias. DÍAZ NOCI (2001, p. 86-87) intitula esse processo como multimídiação, e o explica do seguinte modo:

A multimídiação se define como a integração, em uma mesma unidade discursiva, de informação de vários tipos: texto, imagens (fixas ou em movimento), sons, incluindo bases de dados ou programas executáveis (como os applets Java, por exemplo, que dão acesso a dados bancários).

Nesse contexto foi possível substituir a antiga forma de se produzir conteúdos na web apenas replicando o que se elaborou nos meios impressos, conforme indicavam PAUL e FIEBICH (2000, apud FRANCO, 2007) “Na primeira década de sua existência, a World

Wide Web foi usada principalmente como um novo canal de distribuição de conteúdo. Ainda não se desenvolveu como novo meio (...) para a maioria, o conteúdo da Web é simplesmente o conteúdo impresso publicado online. Até que todas as capacidades da tecnologia sejam aplicadas para criar e usar, o meio continuará em fase de desenvolvimento”.

A união de formatos possibilitada pela multimídia permitiu ao leitor uma melhora na capacidade de compreensão do conteúdo, não sendo mais dependente apenas dos textos, mas também de áudio e imagens. A melhor qualidade no acesso também permitiu que não existissem dificuldades para o consumo desse conteúdo.

No caso do CuritibaAgora a produção de notícias passou a seguir este princípio, dando espaço a linguagens visuais e audiofônicas para complementar o conteúdo apresentado. Essa difusão trouxe resultados positivos, tendo em vista que matérias que valorizaram fotografias e vídeos receberam as maiores quantidades de acessos. Outro aspecto positivo foi a possibilidade de permitir ao aluno o contato com os diferentes formatos e a visão de mídia integrada, que já é uma exigência do mercado de trabalho, permitindo ao aluno o embasamento necessário para se preparar para tal demanda.

Outro ponto bastante focado na última edição do webjornal foi o Twitter, já que a sua utilização como meio de comunicação se tornou um aspecto que deve ser levado em conta na produção jornalística atual. O CuritibaAgora deu espaço a essa necessidade dentro de seu website, através de uma integração com a página principal.

Até a edição de 2009, existia no canto direito da página um espaço definido como a editoria de Torpedo. Nesse local, foi privilegiado a produção em tempo real, já que ali eram feitas atualizações constantes de notícias enviadas por celular dos repórteres que estavam em atividade. A vantagem desse espaço era a facilidade existente para o editor, que não precisava buscar pautas ou um maior aprofundamento acerca do tópico, já que eram postadas apenas pequenas notas com o conteúdo transmitido pelos repórteres.

Na edição de 2010 esse aspecto foi modificado, substituindo o espaço de torpedo por uma janela similar, integrada ao Twitter. A vantagem de se utilizar essa nova interface foi a ampliação na divulgação, uma vez que o conteúdo poderia ser propagado através dos retweets, chegando a um grupo de usuários que não tomaria conhecimento do site através da divulgação normal.

Outra inovação presente na edição de 2010 foi o uso pioneiro do sistema de rádios para a comunicação entre os repórteres e a redação. Através de uma parceria com a empresa NEXTEL, foram cedidos cinco aparelhos a equipe do site, durante os três dias de atividade.

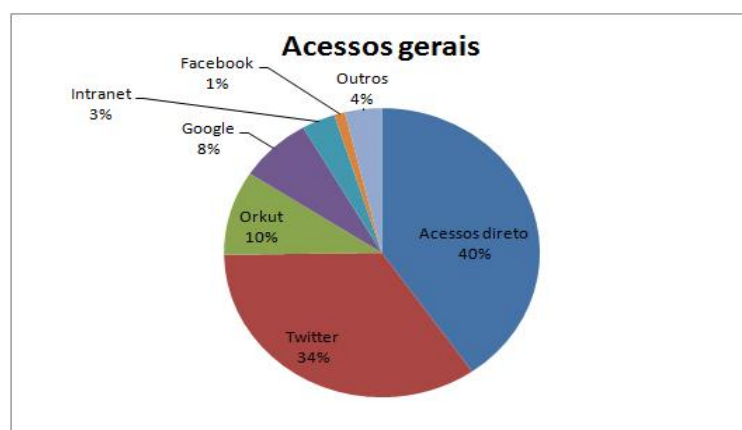
Um aparelho foi mantido fixo na redação, e os outros foram cedidos aos repórteres, conforme a necessidade apresentada pelos editores.

A ferramenta se mostrou eficiente na comunicação entre repórteres e editores para consulta quanto a deadlines de matérias, enfoques a serem seguidos, sugestões de novas pautas e desdobramentos nas matérias. Como a comunicação era livre de custos, um mesmo repórter podia consultar várias vezes seu editor responsável. Também era possível ao repórter fazer contato com outros editores, quando ao estar em trânsito para a execução de matérias, percebia a possibilidade de pautas compatíveis em outras editorias.

6 CONSIDERAÇÕES

A primeira parte do resultado se dá com uma análise da relevância do Twitter na quantidade de acessos ao site Curitiba Agora durante os três dias em que ele ficou online. Ao todo, foram 3825 usuários únicos durante todo o período. No entanto, é preciso salientar que muitos desses indivíduos retornaram ao jornal outras vezes, fazendo com que a quantidade de páginas vistas (*pageviews*) chegasse a 23987.

Levando-se em conta somente os acessos únicos, foi constatado que 1316 chegaram ao site graças ao Twitter, seja pelo site do serviço ou por aplicativos que agilizam sua utilização. Isso corresponde a 34% dos usuários e demonstra a força de difusão do microblog, principalmente em relação a outras redes sociais que também direcionaram pessoas ao Curitiba Agora. É o caso do Orkut e Facebook, que representaram apenas 10% e 1%, respectivamente.



Esse valor, no entanto, diz respeito a uma visão global do site e contabiliza também os acessos diretos, ou seja, aqueles em que o internauta digitou o endereço do site em seu navegador. Se usarmos como base os acessos provenientes de páginas de referência (aqueles que, de alguma forma, linkaram o jornal), a expressividade do Twitter fica ainda

maior. Das 1994 pessoas que chegaram dessa forma, 66% foram atraídas pelas mensagens de 140 caracteres.



Porém, o resultado mais significativo para a pesquisa não está na quantidade de acessos oriundos do Twitter ou quantas mensagens foram repassadas para a rede, mas o *feedback* que o jornal teve dos usuários por conta da mudança de linguagem.

Logo no primeiro dia do Curitiba Agora, os responsáveis pela administração da conta do site na rede social ficaram incumbidos de repassar as notícias de maneira mais sucinta possível e sem a necessidade de linká-las ao jornal. Porém, o que nos surpreendeu foram as respostas de muitos usuários que desejam o endereço para conferir mais informações. A partir de então, passamos a alternar entre mensagens com e outras sem link.

Ao analisar o ocorrido, é possível chegar à conclusão de que ainda é preciso usar o Twitter como forma de ligar o usuário ao jornal e que a rede serve como uma ferramenta para facilitar a difusão de determinada informação. No entanto, o leitor sente-se incomodado ao não ter acesso à notícia completa com a limitação de caracteres.

No entanto, também foi percebido que isso não ocorre sempre. Fatos não factuais ou mais analíticos/interpretativos não são aplicadas à simplicidade do Twitter conforme proposta. Isso acontece exatamente por conta do caráter instantâneo do microblog que não condiz com as pautas um pouco mais frias. Quando noticiávamos algo factual ou dados autossuficientes no Twitter (como acidentes ou até mesmo notas que não renderiam notícias completas), não percebemos nenhuma rejeição e alguns casos até foram repassados.

É o caso do acidente envolvendo um ônibus biarticulado no Centro de Curitiba no dia 21 de outubro. Embora ele não tenha ocorrido durante o período do webjornal, o fato de haver um repórter no local com um celular com acesso à internet permitiu que uma imagem e as primeiras informações do fato fossem veiculadas. A mensagem foi repassada por vários usuários, assim como demais desdobramentos, como lentidão na região.



FIGURA 1– MULTIMÍDIA APLICADA AO TWITTER

REFERÊNCIAS

BRIGGS, Mark. *Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar: um guia de cultura digital na era da informação.* Knight Center Journalism for the Americas, 2007. Disponível em: <<http://knightcenter.utexas.edu/ccount/click.php?id=3>>

FRANCO, Guillermo. *Como escrever para a web: elementos para a discussão e construção de manuais de redação online.* Trad. Marcelo Soares. Livro disponível em: <http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php>

CAPRA, F. Vivendo Redes. In. DUARTE, F.; QUANDT, C.; SOUZA, Q. (Orgs) **O tempo das redes.** São Paulo: Perspectiva, 2008. p. 17-30.

CASTELLS, M. **A Sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2009.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

DUARTE, F.; QUANDT, C.; SOUZA, Q. Apresentação. In. _____. (Orgs) **O tempo das redes.** São Paulo: Perspectiva, 2008. P. 13-16

LÉVY, P. **A inteligência coletiva – por uma antropologia do ciberespaço.** São Paulo: Edições Loyola, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

BARBOSA, S. Os conteúdos locais no jornalismo digital. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 26, 2003