



Guerra Fria dos Sexos: multimídia e entretenimento no webjornalismo de terceira geração¹

Júlio Cesar dos Santos BARBOSA²

Lauriano Atílio BENAZZI³

UEL – Universidade Estadual de Londrina, PR

RESUMO

O *Guerra Fria dos Sexos* foi um projeto desenvolvido pelos estudantes do quarto ano noturno de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Produzido na disciplina “Jornalismo *On-Line A*” e com uma proposta de vanguarda, a ideia empreendida foi a de mesclar jornalismo e humor utilizando as diferentes mídias que a internet comporta, usando interatividade e hipertextualidade. Para cumprir tal desafio optou-se pelo registro do domínio na internet e a construção de um site próprio, o www.guerrafria.net. Tal espaço para a adaptação ao universo interativo do webjornalismo teve como foco o público internauta de 18 a 30 anos, abordando temas de interesse feminino e/ou masculino com pontos de vista diferenciados.

PALAVRAS-CHAVE: site jornalístico; webjornalismo; convergência de mídias; jornal laboratório; guerra dos sexos;

1) INTRODUÇÃO

Após o aprendizado teórico e prático do jornalismo nas mídias tradicionais, aos comunicadores chega o momento de estudar um campo crescente e de múltiplas oportunidades, a internet e novas mídias digitais. Assim, com a necessidade de melhor conhecer as ferramentas da internet, surgiu o projeto do site *Guerra Fria dos Sexos*, cuja proposta é a de mesclar jornalismo e humor utilizando as diferentes mídias que a internet comporta, usando interatividade e hipertextualidade, por exemplo.

O site *Guerra Fria dos Sexos* www.guerrafria.net servirá como um espaço para a adaptação ao universo interativo do webjornalismo e ao exigente perfil do público internauta, abordando temas de interesse feminino e/ou masculino com pontos de vista diferenciados. Embora seja um material experimental, é intenção de todos os alunos

¹ Trabalho apresentado no Expocom, modalidade Blog, do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Líder do grupo. Graduando em Comunicação Social – Jornalismo, pela UEL – Universidade Estadual de Londrina. E-mail: juliomusso@gmail.com. Co-autores não-inscritos no Intercom Sul 2012: Allan Fernando Oliveira, Edison Vitoretti Júnior, Fabrício Alves de Oliveira, Gabriel Felipe Oberle, Gabriel Bandeira, Gabriela da Silva Pereira, Guilherme Costa, Guilherme Pietro Rizzato Santana, Ione Horácio, Iuri Yudi Furukita Baptista, Júlio Cesar Barbosa, Maria Amélia Alves Gil, Mariana Guarilha, Naiá Aiello, Roberto Alves, Rodrigo Fernando da Silva, Vanessa da Silva.

³ Orientador do trabalho. Mestre em Comunicação e professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Londrina. E-mail: lauriano.benazzi@gmail.com.



envolvidos que a proposta conquiste espaço entre o público alvo, garantindo o êxito desse nosso trabalho.

As produções propõe englobar mídias tradicionais – como rádio e televisão – transportando e encaixando-as em dispositivos utilizados pelos usuários de internet: vídeo e áudio. Além disso, com o suporte do jornalismo opinativo e esclarecedor, o site *Guerra Fria dos Sexos* busca registrar assuntos recorrentes na mídia, tanto tradicional como online, para o público de 18 a 30 anos com acesso a internet.

2) OBJETIVO

Entre os objetivos do *Guerra Fria dos Sexos* estão:

- a) Produzir um site jornalístico voltado ao público jovem (18 a 30 anos), despertando o interesse por uma programação jornalística por meio da utilização dos recursos “inovadores” da internet;
- b) .Estudar e conhecer as novas ferramentas tecnológicas disponíveis por meio da internet;
- c) Exercitar a linguagem da internet, com conteúdos híbridos;
- d) Explorar conceitos (TV, rádio, entre outros) já vistos no curso de jornalismo, visto que eles serão usados para a elaboração do site.

3) JUSTIFICATIVA

Os sexos masculino e feminino vêm fazendo guerras entre si desde o início dos tempos. A temperatura dos embates é relativa, conforme os contextos e conjunturas de cada época. As armas são variadas (força física, ironia, chantagem amorosa, ciúmes, etc) na conquista por melhores espaços nos terrenos disputados (amor, paixão, sexo, igualdade de oportunidades, etc).

Seja como for, o que parece ser de consenso é que essa guerra não vai acabar tão cedo, dado as enormes diferenças entre os contendores. Por isso, este projeto pretende contribuir de alguma forma para municiar os guerreiros em seus combates.

Sem grandes pretensões, o projeto se dispõe a ser um espaço de manifestação das diferentes posições dos dois gêneros sobre os mais variados assuntos.



Com leveza, criatividade, pitadas de humor, e a boa e velha perspectiva jornalística, pretendemos disponibilizar ao público, homens e mulheres, novos olhares, conhecimentos, abordagens, enfoques sobre essa histórica e eterna “guerra dos sexos”.

A ação do projeto perante seu público-alvo se baseará na projeção/identificação deste público com o que for exposto no site, o que proporcionaria catarses, aprendizados baseados em novos olhares sobre determinado assunto, ampliação de conhecimento sobre determinada questão etc. Sempre levando em conta que a discussão traz a luz, como diria o filósofo.

Muito se fala que hoje em dia as mulheres são modernas, conquistaram muitos espaços na sociedade, mas ainda são reprimidas e rechaçadas em várias áreas. Os homens estão meio ainda sem rumo, depois da emancipação feminina, não sabendo direito qual seu papel na sociedade ou na relação com o outro sexo.

Estes são apenas dois exemplos da amplitude dos eixos de debates, do campo de batalha entre os sexos, portanto, da dimensão variada dos assuntos a serem abordados pelo projeto.

A “guerra entre os sexos” é uma discussão necessária e permanente para que o futuro seja mais harmônico e feliz nas relações homem/mulher. Por fim, a justificava para a elaboração de um site com a temática em torno de uma guerra entre homens e mulheres deve-se ao conteúdo recorrente de assuntos relacionados com esse tema no universo online, além da procura dos usuários por conteúdos que expressem de que maneira o desenvolvimento dos dois sexos vem afetando a sociedade atual.

4) MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Com o intuito de praticar jornalismo online de maneira diferenciada e voltada a um público jovem, optou-se pois, por utilizar ferramentas, muitas vezes esquecidas. Assim, fez-se necessário, como primeira etapa do projeto, a pesquisas destas ferramentas. Deste modo, utilizou-se no trabalho:

Hipertextualidade: o computador pode ser utilizado para escrever dois tipos de textos: o *hardcopy* e o *softcopy*, o primeiro segue as normas do impresso, usando o PC apenas como substituto da máquina de escrever, já o segundo, pensa o texto digitalmente e usa



além da escrita, o áudio e o vídeo. A estruturação desses itens é de responsabilidade do hipertexto,

“O hipertexto é uma forma totalmente eletrônica de escrita que usa o computador como um meio que se basta, tanto na criação quanto na leitura de textos. Os hipertextos nos habilitam a parar de pensar o texto como uma série de páginas impressas cujos componentes são ordenados imutavelmente, parágrafo por parágrafo. (...)” (Snyder apud Balestris, 1997, p. 13).

Um texto digital não é simplesmente aquele que foi escrito usando o computador, mas sim, o que pensa o texto digitalmente, utilizando as possibilidades dadas pelo suporte tecnológico.

Para que um texto digital utilizar toda a capacidade do meio, Luciana Mielniczuk defende a criação de uma ferramenta que possibilite a “fragmentação do texto em células informativas já no momento da redação” (Mielniczuk, 2003). A sugestão da autora é um dispositivo com espaços para a descrição do acontecimento noticiado, acompanhado de uma entrevista, dados adicionais, contextualização, crítica, e outros campos variáveis dependendo do assunto tratado. Para Mielniczuk “cada campo preenchido faria gerar uma célula informativa e o próprio *template* – terminologia da autora para a ferramenta a ser desenvolvida – preveria a estrutura do hipertexto da notícia, gerando os links”. A autora ressalta que o *template* teria de ser maleável, para que não deixasse de ser um auxiliar e passasse a ser um cerceador do jornalista.

Multimedialidade: para Palacios, multimídia é equivalente a convergência de mídias. “No contexto do jornalismo online, multimídia, refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico.” (PALACIOS, 2002) O baiano considera a multimídia uma consequência da digitalização das plataformas e suportes e atual convergência desses formatos digitais em um só veículo, a internet. Também considera como características desse processo a agregação e complementaridade de plataformas.

Porém, a mera convergência de formatos não é considerada multimídia por Salaverría e Canavilha. Apenas a concepção de agregar vídeos, imagens, texto, som em um único aparelho não caracteriza um jornalismo multimídia, pois antes do computador, a televisão já apresentava essa disponibilidade. O que muda na passagem entre telejornalismo e webjornalismo? Para Salaverría, a sobreposição de mídias possibilitada



pela hipermídia aliada a interatividade do usuário, a sua capacidade de escolher o que vai acessar e em que ordem vai acessar.

Salaverría complementa: “multimedialidade é [...] uma integração sincrônica e unitária de conteúdos expressos em diversos códigos, principalmente mediante textos sons e imagens”. Mais do que possibilitar diversos formatos para o internauta, esses formatos precisam interagir entre si. Na multimídia “Há o uso de animações, hiperlinks, hipermídias, vídeos, menus e botões, de forma sincrônica e sinérgica, dentro de apenas um aplicativo”. (BALDESSAR, 2009) A multiplicidade de elementos é fundamental para distinguir velhas formas de justaposição, como o som e a imagem na televisão. Três ou mais formatos construído para dialogar sinergicamente é o que caracteriza a multimídia.

Mesmo sendo anterior aos estudos de Palacios e Salaverría, Pierre Levy dificilmente foi pesquisado por esses autores. Em Cibercultura, o francês define mídia como “suporte de informação e de comunicação”, tendo como exemplos, televisão, rádio, telefone, impressos, CD-ROM e internet. Para Levy (1999), “a palavra [multimídia] refere-se geralmente a duas tendências principais dos sistemas de comunicação contemporâneos: a multimodalidade e a integração digital”. Um exemplo verdadeiro de multimídia para o francês seria o lançamento de filme, por exemplo, em que se lança um filme, um livro com o roteiro, um jogo de videogame, camisetas, etc. Isso, em termos de webjornalismo, significaria que um portal é multimídias quando copia conteúdos de outras mídias (TV, rádio, impresso) em apenas um sítio.

Para Mielniczuk, a multimídia se refere a uma “linguagem múltipla” que seria própria da comunicação online. “Boldós (2002) defende que, assim como o impresso, o rádio e a televisão desenvolveram linguagens próprias no gênero jornalístico. A autora acredita que o jornalismo, nas redes, também vai desenvolver uma linguagem própria, a qual ela denomina de linguagem múltipla” (MIELNICZUK, 2004). A linguagem ainda não estaria consolidada, mas para Mielniczuk, a tendência é a interatividade entre recursos imagéticos, textuais, audiovisuais e auditivos por meio do hiperlink. “Talvez estejamos caminhado para uma ruptura em que a célula informativa (lexia constitutiva do hipertexto), em vez de ser ou um texto escrito, ou som, ou imagem, é um texto híbrido.” (Mielniczuk, 2004).

Portanto Levy considera o conceito “linguagem multimidiática do webjornalismo” somente como uma metáfora, pois as relações entre elementos de informação é, na verdade, conceituada como dispositivo informacional. Os dispositivos informacional



existem em quatro formas: mensagens com estrutura linear (textos, músicas, filmes), mensagens com estrutura em rede (enciclopédias, lista telefônica, hiperdocumentos e bibliotecas), mundos virtuais (videogame, pois o “a informação é o espaço contínuo, o explorador está imerso nas informações) e fluxos de informação (computadores interligados pela internet). Os fluxos são caracterizados pela “informação em estado contínuo de modificação, dispersos entre memórias e canais interconectados que podem ser percorridos, filtrados e apresentados aos cibernauta de acordo com suas instruções...” (Levy, 1999).

Interatividade: Planejado como um projeto multimídia, a interatividade no blog *Guerra Fria dos Sexos* estará presente em todos os canais utilizados. Leitores poderão se manifestar através de *Twitter, Facebook, Youtube, Issuu* para publicação de comentários e sugestões de pautas.

Não se limitando, porém, a seguir uma esquematização de via única, o *Guerra Fria dos Sexos* se utilizará dos conceitos de Web 2.0 para privilegiar, também, um conteúdo colaborativo, em que o leitor não apenas faz sugestões, como cria o seu próprio conteúdo. É como Mielniczuck descreve o processo multi-interativo, que envolve a relação do leitor/usuário com a publicação ou com o jornalista, ou até mesmo com os outros leitores. Através de serviços como *twitcam*, por exemplo, os leitores poderão participar das matérias, enriquecendo o conteúdo proposto e trazendo à tona o novo conceito de jornalismo colaborativo.

Personalizações:

Ainda que como comunicadores continuemos a pensar no público como nichos de mercado ou grupos abrangentes que tem os mesmos interesses, a tendência na internet é valorizar cada vez mais a personalização do conteúdo. Em uma sociedade onde o individualismo predomina, essa preocupação em atender necessidades específicas do leitor/espectador é coerente, sobretudo em um produto que pretenda alcançar diferentes nichos da audiência.

No *Guerra Fria dos Sexos*, direcionamos nossos esforços para conquistar uma audiência muito específica, acreditando que seria por demais dispendioso investir em ferramentas de personalização, sendo que não teríamos tão variados perfis a atender.



Atualizações:

Tendo-se em vista a facilidade com que o webjornalismo chega aos destinatários, a atualização será realizada três vezes na semana seguindo a ordem: terça-feira, textos; quinta-feira, vídeos; e sábado, textos e áudios. As atualizações devem ser contínuas e permanentes, seguindo tabela e assuntos propostos, contudo o web jornalismo possui uma velocidade ainda maior que outros meios (como televisão e rádio) permitindo que acontecimentos (relacionados com o tema geral) que aconteçam no decorrer do projeto sejam divulgados. Segundo LucianaMielniczuk:

“A maior investida, realizada com relação à característica da atualização contínua, ocorre no espaço denominado ‘últimas notícias’. Trata-se de pequenas notas que vão sendo acrescentadas, sendo usual ter o registro do horário de disponibilização da informação.” (2004, p. 13)

5) DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Definidas as características estéticas, o caminho seguinte foi a diretriz jornalística do processo, da concepção das pautas à pós-produção, sem deixar de lado a preocupação com o público leitor.

O projeto teve início com a pesquisa e o desenvolvimento de estudos acerca do jornalismo online praticado pelos meios de comunicação e de suas possibilidades ainda pouco exploradas. Assim, traçou-se um panorama e com clareza pode-se delimitar os limites e possibilidades do projeto, acertou-se então que seriam publicadas 3 edições do Guerra Fria dos Sexos (guerrafria.net) (Figura 1), sendo que todos os integrantes da equipe de produção passariam pelas mais diversas funções, podendo pautar conteúdos, fazer reportagens, editar matérias e, até mesmo, publicar no site.

6) CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme exposto, após a realização de todas as etapas do projeto, obteve-se como um resultado positivo do trabalho, visualizado à priori, a partir do número de visualizações obtidas em três meses, 500 (verificar se é isso mesmo). Além disso, o

resultado foi positivo também para os alunos participantes do trabalho, que puderam enxergar o jornalismo online além das fronteiras apresentadas pelos meios de comunicação tradicionais.

Figura 1 – Página inicial do site *Guerra Fria dos Sexos*



Fonte: <http://www.guerrafria.net>

Autor: Júlio Cesar Barbosa

7) REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALDESSAR, Maria José. ANTUNES, Thomas Michel. ROSA, Luis Gabriel. **Hipertextualidade, multimídia e interatividade: três características que distinguem o Jornalismo Online.** Disponível em <http://www.abciber.com.br/simposio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/5_jornalismo/eixo5_art22.pdf>. Acesso em 26/04/2011. Artigo apresentado no III Simpósio Nacional da AbCiber, 2009.

BOLDÓS, Concha Edo. **El language periodístico en la red: del texto al hipertexto y Del multimedia al hypermedia,** in:<http://www.ucm.es/info/periodoI/PeriodoI/EMP/Portad_0.htm>. Acesso em 20.11.2002.

CANAVILHAS, José Messias. **WebJornalismo: Considerações Gerais Sobre Jornalismo na Web.** Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.html>>. Acesso em 26/04/2011.

LEVY, Pierre. **Cibercultura,** São Paulo: Editora 34, 1999 (Tradução da edição francesa de Cyberculture, Paris, Éditions Odile Jacob, 1997).

MIELNICZUK, Luciana. **Webjornalismo de terceira geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web.** Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo do XXVII Encontro dos núcleos de Pesquisa da Intercom, 2004. Disponível



em <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17332/1/R0816-1.pdf>>.
Acesso em 26/04/2011

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online: apontamentos para debate**. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>. Acesso em 26/04/2011.

SALAVERRÍA, Ramón. **Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental**. Em: Estudios sobre el mensaje periodístico, num. 7. Madrid: Universidad Complutense, 2001