



## ***Blog Y-Tudo: multimídia e jornalismo segmentado para a geração Y***<sup>1</sup>

Marcia BOROSKI<sup>2</sup>

Lauriano Atílio BENAZZI<sup>3</sup>

UEL – Universidade Estadual de Londrina, PR

### **RESUMO**

O *Blog Y-Tudo* foi um projeto desenvolvido pelos estudantes do quarto ano matutino de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, da Universidade Estadual de Londrina. Produzido na disciplina “Jornalismo *On-Line A*”, o *blog* foi a plataforma *web* adotada para a disponibilização das produções multimidiáticas desenvolvidas pelo grupo de estudantes. Com foco na geração Y, a “geração digital”, o produto buscou a integração das diversas mídias jornalísticas: textos, fotografias, vídeos, áudios e infográficos, com o foco na convergência e interatividade, entre outros elementos do webjornalismo de terceira geração. Com mais de 20 mil visualizações, o *Blog Y-Tudo* demonstrou a adaptação de conteúdos na internet, aliando a interatividade das redes sociais com as teorias de reportagem e produção jornalística, em suas diversas faces, aliando assim teoria e prática em um produto laboratorial.

**PALAVRAS-CHAVE:** blog jornalístico; webjornalismo; convergência de mídias; jornal laboratório; geração Y;

### **1) INTRODUÇÃO**

Pautado na convergência midiática e nos elementos do webjornalismo de terceira geração (MIELNICZUK, 2003), a proposta do *Blog Y-Tudo* surgiu como produto multimidiático elaborado para a disciplina “Jornalismo *On-Line A*”. Com produções que envolveram as diversas interfaces e os conceitos aprendidos nos três primeiros anos do curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Estadual de Londrina, o trabalho possibilitou a convergência de mídias, unindo em uma única interface matérias e reportagens, com diversos formatos de edição, produzidas nos suportes impresso, áudio, vídeo, fotografia e infográfico.

Como recorte e voltado para a segmentação jornalística, optou-se pelo foco na geração Y, público-alvo caracterizado pelos hoje estudantes de graduação

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Líder do grupo. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo, pela UEL – Universidade Estadual de Londrina, em 2011, e mestranda em Comunicação pela mesma instituição. E-mail: [marciaboroski@yahoo.com.br](mailto:marciaboroski@yahoo.com.br).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Mestre em Comunicação e professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Londrina, e-mail: [lauriano.benazzi@gmail.com](mailto:lauriano.benazzi@gmail.com).



O que explica o nome do produto: *Y-Tudo*, nome que surgiu da junção da “gastronômica” do “X-Tudo”, só que com um *upgrade* semântico, expressando o foco nos *ípsilons*, os nascidos após os anos 1980, conhecidos como “geração digital”, “geração do novo milênio”, “geração envolvida em tudo”. Assim surgiu o casamento entre “Y” e “tudo”, ou seja, de tudo um pouco, um “sanduíche” de ideias, com o pé no jornalismo na internet e voltado para a geração Y.

A decisão pela interface *blog* se deu em dinâmica acadêmica e foi escolhida pela convergência com as principais redes sociais em voga, fator que permeia a interatividade exigida no processo de produção mencionado, além das facilidades para agendamento prévio das postagens, mantendo assim a periodicidade mesmo no período de férias acadêmicas. Denominadores relativos aos recursos para postagem e para a estruturação levaram à escolha do *Wordpress* como plataforma de hospedagem do projeto. O passo seguinte foi o cadastro do *blog* no referido serviço, culminando com o endereço eletrônico <http://blogytudo.wordpress.com>. O uso de *blogs* enquanto ferramenta é um fator cada vez mais presente no jornalismo:

Com o desenvolvimento dos grandes portais de informação e a conseqüente multiplicação de conteúdos, grandes jornalistas, com carreiras consolidadas nas mídias tradicionais também passaram a interagir de outra maneira com o meio *online*, criando seus próprios blogs pessoais, que passam a ser uma leitura quase que obrigatória dos pauteiros, jornalistas e formadores de opinião, tornando-se fonte de consulta e, de certa forma, pautando a grande imprensa.. (ALMEIDA, 2011).

Outro destaque é a convergência midiática possibilitada, expandindo os horizontes do elemento hipermedialidade, permitindo a interatividade e instantaneidade. Neste contexto há a expansão dos recursos multimídia devido a interação da plataforma com outros repositórios de informação como o *YouTube* e *Soundcloud*, além do casamento já mencionado com as redes sociais, em especial o *Facebook* e o *Twitter*.

Essa hibridização comprova o teor do jornalismo no século XXI, elementos de certa forma “profetizados” por Arlindo Machado ainda nos anos 1980, como a multiplicidade, metamorfose e permutabilidade das comunicações no âmbito midiático (MACHADO, 1993) e discutido por Ferrari (2007), Castells (2003) e Lemos (2010), entre outros.



## 2) OBJETIVO

Associar as teorias às práticas do jornalismo, através da produção laboratorial, é tarefa das mais desafiadoras, tanto para os professores das chamadas disciplinas técnicas, em geral profissionais que têm a experiência das redações dos veículos de comunicação, quanto para os estudantes, que têm pela frente o duplo objetivo: por um lado o do rompimento de paradigmas, como um tubo de ensaio e experimentações de linguagens e formatos, e por outro a manutenção dos padrões ligados à realidade que de fato encontrarão no mercado de trabalho. O *Blog Y-Tudo* transitou entre estas duas nuances, com um adendo extra que foi a “receita” do webjornalismo de terceira geração, conceito aglutinado por Luciana Mielniczuk (2003) que envolve as continuidades e rupturas do jornalismo na *web*, cujas características são a hipertextualidade, interatividade, multimídia, personalização, memória e atualização contínua.

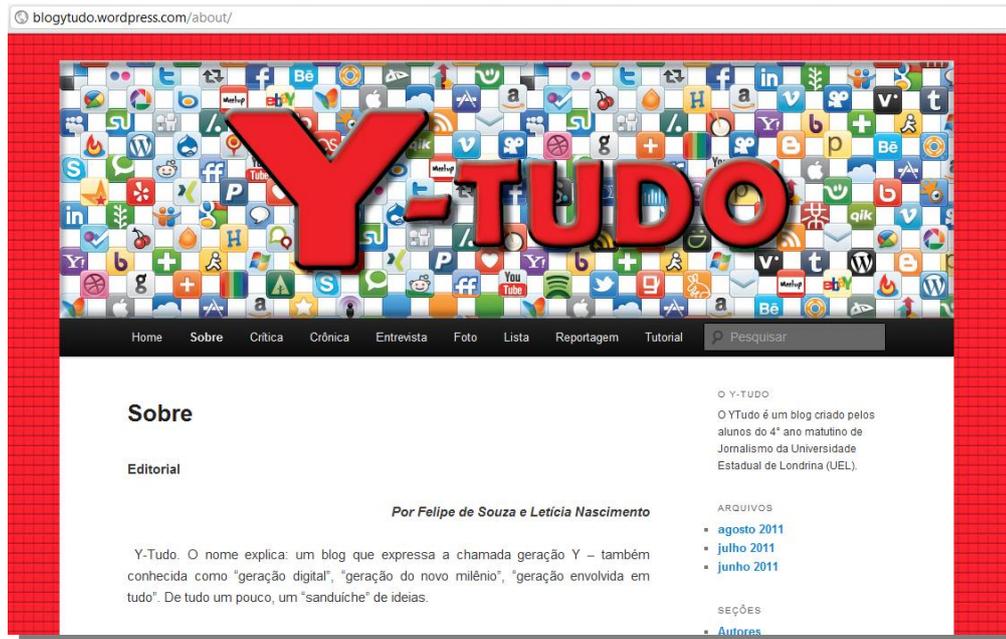
De cunho teórico-prático e estruturada dentro do sétimo semestre na grade curricular do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Londrina, a disciplina de “Jornalismo *On-Line*” tem em sua ementa o viés da produção focada na *web*. Conciliar as teorias dos principais autores que transcrevem o universo do jornalismo nessa nova aldeia, cujos parâmetros são mutantes e o efeito do tempo avassala os conceitos oriundos de pesquisa muito mais rapidamente que o soprar do vento que arrasa a cidade sobre o mapa de Jorge Luiz Borges, na introdução dos simulacros de Baudrillard (1991, p.7), não é tarefa das mais fáceis.

Outra perspectiva que precisou ser moldada foi a utilização das referências oriundas das disciplinas anteriores, desde os fundamentos do jornalismo impresso até elementos do telejornalismo, perfazendo assim o leque texto, áudio e imagem, passando por elementos da semiótica, da cibercultura, da sociedade do espetáculo e por outras teorias. Diante de tantas nuances e devido ao caminho turvo que é a rapidez das transformações teóricas que tangem o jornalismo na internet, em que o *hit* de hoje, ou a convergência, ou as diretrizes do jornalismo nessa nova “superfície” podem repentinamente mudar, é que optou-se por seguir à risca a “receita” do chamado webjornalismo de terceira geração, fator que balizou as produções.

Com estes ingredientes, uma teoria bem delimitada e três anos de bagagem em produções que envolveram o jornalismo informativo, interpretativo e opinativo, somado às técnicas e formatos do fotojornalismo, planejamento gráfico, radiojornalismo e telejornalismo, é que foi possível a delimitação do produto laboratorial almejado. Veio o

passo seguinte, que na dinâmica acadêmica, resultante de *brainstorms* e de discussões sobre ideias e temáticas, originou o perfil do público a que a produção se destinou. Colocados à mesa, chegou-se finalmente aos template e logotipo do *Blog Y-Tudo* (Figura 1), bem como aos mecanismos da internet pela equipe adotados: *Wordpress*, *Gmail*, *YouTube*, *Soundcloud*, *Facebook* e *Twitter*.

**Figura 1** – Página do *Blog Y-Tudo*



Fonte: <http://blogytudo.wordpress.com>  
Autor: Desirée Molina

### 3) JUSTIFICATIVA

O desenvolvimento do *Blog Y-Tudo* norteou-se na necessidade e oportunidade de somar o aprendizado teórico à prática jornalística, buscando como resultado a construção de um veículo jornalístico, através da plataforma *blog*, que contemplasse a chamada geração Y, com matérias ao mesmo tempo com linguagem descontraída, sem perder o norte dos parâmetros éticos do jornalismo. Outra motivação foi o desenvolvimento do jornalismo mundial no meio virtual, por meio da internet, que implicou a produção de conteúdos cada vez mais interativos.



#### **4) MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A construção do *Blog Y-Tudo* se deu pela somatória dos elementos teóricos e técnicos aprendidos em todas as disciplinas do curso de Jornalismo, agregando conhecimentos de pauta, entrevista, pesquisa jornalística, redação e produção de textos, fotografia e fotojornalismo, diagramação, criação artística e planejamento gráfico, produção de matérias, reportagens, *spots*, *teasers* e outros produtos radiojornalísticos e telejornalísticos, além do flunar em elementos da cultura digital, culminando com o uso das mídias sociais na construção do jornalismo.

O rigor na escolha do *design* do *blog* e na montagem da página também se mantiveram dentro dos padrões estéticos e funcionais utilizados em plataformas *on-line*. Definidas as mídias sociais com as quais seria trabalhada a interatividade, foram criados as “contas” e os perfis complementares ao suporte *Wordpress: Google (Gmail), YouTube, SoundCloud, Facebook e Twitter*, no caso estrito dos últimos, reutilizados de projetos anteriormente desenvolvidos pela equipe, evitando a desenfreada busca por *friends* e seguidores do novo produto nas mídias sociais. Tanto a escolha das interfaces como a “reciclagem” dos perfis nas mídias sociais se deu devido ao foco no público-alvo, *habitués* de tais comunidades digitais.

#### **5) DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Definidas as características estéticas e com as páginas já estruturadas na grande rede, o caminho seguinte foi a diretriz jornalística do processo, da concepção das pautas, trabalho que seguiu a metodologia convencional do jornalismo: discussão aberta, em equipe, das pautas, com o pensar no público leitor. No desdobrar desse processo a necessidade de reunir os elementos propostos pelo webjornalismo de terceira geração e a convergência midiática oriunda das diversas interfaces e linguagens do jornalismo, sempre com a preocupação, seguida à risca pelos estudantes, tendo como referencial as premissas éticas da profissão.

O passo seguinte, paralelo à discussão das pautas, estas feitas “em lote”, foi a estruturação das colunas e seções, fixas e não fixas, para que o produto tivesse uma linha editorial clara e bem definida, dando linearidade e unidade aos materiais produzidos, cativando e fidelizando o público leitor (NASCIMENTO, 2002). Foi então



decidido que o *blog* contaria com os seguintes materiais jornalísticos: crítica, listas, crônica, entrevistas, fotografia, reportagens e um tutorial, para o “Y” navegante conhecer um pouco mais sobre o *Y-Tudo*. Para o editorial, a opção foi a aba intitulada “Sobre”, características dos blogs, que remete à perspectiva do produto, ao expediente com o crédito geral dos produtores e do jornalista responsável (professor da disciplina).

Subdividido somente em duas colunas, o corpo principal do *blog* trouxe os textos, fotos, infográficos, áudios e vídeos, com um canal expondo os links para os arquivos das matérias, bem como a relação dos autores, com as produções “hiperlinkadas” em seus nomes, levando à sub-páginas onde se encontram reunidos todos os textos de um mesmo autor. Por fim, a nuvem de tags, característica dos *blogs* e elemento crucial na definição da plataforma, que nas dezenas de postagens e mais de 20 mil visitas originou dezenas de palavras-chave, condizentes com as perspectivas da geração Y.

## 6) CONSIDERAÇÕES FINAIS

Abordando temas específicos da geração que é o grande contingente da comunidade universitária, o *Blog Y-Tudo* cumpriu o objetivo de levar ao público leitor, peça-chave do fazer jornalístico, informação focada nas novas tecnologias e com as nuances do jornalismo segmentado, sem deixar de lado as diretrizes que “regem” a coerência do fazer jornalístico. No âmbito acadêmico foi possível diagnosticar o crescimento da qualidade das produções que utilizaram as ferramentas aprendidas nos anos anteriores do curso, somando aos elementos multimidiáticos que fazem o jornalismo nessa seara que, mesmo nas redações da chamada grande imprensa, ainda está sendo desbravada.

A interatividade e a relação com o público aproximaram os então futuros jornalistas dos leitores e, diferentemente de muitas produções acadêmicas que morrem engavetadas ou trituradas entre *bites* e *bytes*, geraram um “*upload*” na responsabilidade de quem escreve. Em outras palavras, os textos, vídeos, fotos e áudios passaram a ser lidos, ouvidos, vistos e assistidos. A produção de uma quase centena de matérias nas mais diferentes mídias jornalísticas teve como reflexo de sua visibilidade as mais de 20 mil visualizações, no curto período desta peça laboratorial.

No âmbito didático-pedagógico o projeto extrapolou a orbe original pois aglutinou a diversidade de nuances tanto do jornalismo como do ciberespaço; tanto das



ferramentas essenciais que contemplam as práticas profissionais, da pauta à pós-produção, quanto aos aspectos teóricos que perfizeram esta real interdisciplinaridade, gerando a tão discutida sinergia necessária entre teoria e práxis, elemento essencial para a formação jornalística. Assim, o *Y-Tudo* foi além de um simples *blog* coletivo, e sim um vetor da formação dos hoje profissionais da comunicação.

## 7) REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Laura Caroline. **Blogs de moda e o webjornalismo de 3ª geração**. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Comunicação, Universidade Estadual de Londrina (UEL), Londrina, 2011.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'água, 1991, p. 7-14.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, Hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital** (Org.). São Paulo: Contexto, 2007.
- LEMO, Andre. LEVY, Pierre. **O Futuro da internet**. São Paulo: Paulus Editora, 2010.
- MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.
- NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. **Jornalismo em revista no Brasil: um estudo das construções discursivas em Veja e Manchete**. São Paulo: Annablume, 2002