



CENTRO UNIVERSITÁRIO 7 DE SETEMBRO

COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

Uma análise entre a teoria e a prática na multiplataforma de conteúdo cearense Vós

Leilane de Freitas Costa

Fortaleza – CE

2017

Sumário

1. Introdução	4
2. O Webjornalismo na teoria e na prática	5
3. Webjornalismo Colaborativo	5
4. Jornalismo e Redes sociais.....	7
5. O Jornalismo de revista	7
6. A Revista Segmentada	7
7. O texto e o jornalista de revista.....	8
8. O Jornalismo literário, a linguagem de Vós	9
9. Um breve histórico de vós.....	10

Uma análise entre a teoria e a prática na multiplataforma de conteúdo cearense Vós

Leilane de Freitas Costa¹

Resumo: O presente artigo nasce de um método avaliativo proposto na disciplina de Estágio Supervisionado II, do primeiro semestre de 2017, do Centro Universitário 7 de Setembro (Uni7). A proposta desse trabalho é criar uma narrativa reflexiva entre os principais pilares teóricos que definem o jornalismo de revista, webjornalismo e o jornalismo literário. Com base nisso, analisar e comparar com as rotinas jornalísticas vistas em Vós: multiplataforma de conteúdo cearense que nasce da parceria entre o Sistema Jangadeiro de Comunicação e o Beach Park. A empresa foi o local escolhido para o meu período de estágio acadêmico, obrigatório para a conclusão do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Uni7.

Palavras-chave: jornalismo, webjornalismo, multiplataforma, Vós.

¹ Aluna do curso de Comunicação Social – Jornalismo do Centro Universitário 7 de Setembro
Email: leilane.freitas.costa@gmail.com

Introdução

Ingressei no ensino superior no segundo semestre de 2013. Escolhi o curso de jornalismo ainda no ensino médio, mas só entrei na faculdade dois anos após ter concluído o terceiro ano.

O Centro Universitário 7 de Setembro exige que seus alunos exerçam estágio supervisionado como uma maneira de colocar em prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula.

Em março de 2017 comecei a exercer atividades profissionais como estagiária de jornalismo na empresa Beach Park e Sistema Jangadeiro Serviços de Publicidade LTDA. Trata-se de uma multiplataforma de conteúdo que está presente em um site (www.somosvos.com.br) em plataforma wordpress. Está nas redes sociais como *somosvosoficial* e o seu principal produto informativo é a revista trimestral intitulada *Vós*.

A rotina de trabalho na redação é puramente jornalística. Assim como os ensinamentos adquiridos ao longo das disciplinas no curso de jornalismo, os processos para a produção de uma matéria, por exemplo, são como os vistos em sala de aula. Pautar, apurar, entrevistar e, por fim, escrever o texto para a matéria.

As pautas surgem das mais variadas formas. Indicações de seguidores ou da própria equipe de *Vós* que é composta pelo setor comercial, eventos e conteúdo – sendo este último o setor que exerço o estágio supervisionado.

As reuniões de pautas são feitas na segunda-feira e definidas as pautas e hora de partir para a parte de produção que consiste em pesquisas, agendamento de entrevistas e de fotos e a própria entrevista em si, que pode ser feita por telefone ou presencialmente.

Em *A arte de entrevistar bem*, Thaís Oyama, fala sobre todos os processos da entrevista. O antes, o durante e o depois. Dá dicas sobre uso de gravador e fala sobre a importância de uma pesquisa prévia e da elaboração de perguntas antes da entrevista.

Li esse livro na disciplina de Técnicas de Produção Jornalísticas no segundo semestre do curso de jornalismo. E vi na prática a importância dos conhecimentos adquiridos a partir da leitura do livro e dos debates em sala de aula.

Este artigo tem como principal objetivo analisar a teoria adquirida em sala de aula com a prática profissional do mercado. Para isso, foi escolhido o meu local de estágio como objeto de estudo para essa pesquisa que, por sua vez, nasce de um

método avaliativo da disciplina de estágio supervisionado II, ministrada pela professora Vânia Tajra do Centro Universitário 7 de Setembro.

Webjornalismo na teoria e na prática

Webjornalismo Colaborativo

Uma das plataformas de conteúdo do Vós é o site de matérias www.somosvos.com.br. Trata-se de uma espécie de blog colaborativo. Além da equipe de estagiários e repórteres da própria empresa, o site conta com a contribuição de outros jornalistas, escritores e qualquer pessoa que tenha vontade de contribuir com textos, fotos e vídeos sobre curiosidades do Ceará.

O termo jornalismo colaborativo tem estado em alta nos últimos anos, principalmente, devido ao grande alcance da internet. Espaço onde muitas pessoas encontram a oportunidade de expressar suas ideias. Muitos desses se tornam formadores de opinião no ambiente virtual.

Os conhecimentos adquiridos com a web 1.0 sustentaram a transição para a web 2.0, uma experiência mais aberta e mais voltada para o fortalecimento do poder do usuário. Segundo Briggs (2007), a nova versão da web permite ao internauta maior controle e flexibilidade na rede e maior criatividade online. Com as possibilidades oferecidas pela web 2.0, o público pôde passar a produzir e publicar conteúdos com facilidade. Assim, foi plantada a semente do webjornalismo colaborativo, também chamado por alguns autores de citizen journalism, jornalismo participativo, comunitário, cidadão e open source. (DE OLIVEIRA e DANIEL. 2014)

Ciente desse cenário e da credibilidade que os grandes veículos transmitem para a população em geral, estes agentes de informação procuram trazer para suas plataformas esses novos formadores de opinião. Isso funciona meio que como um gerenciamento de crise, diante da realidade de que qualquer um hoje em dia pode transmitir informações e que conseguem grande alcance.

Dessa forma, os agentes de informação de maior credibilidade acabam trazendo os formadores de opinião do ambiente virtual para perto de si. O que acaba

atraindo mais público para seus sites e até mesmo audiência para os veículos tradicionais. Muitos blogs que começaram de uma maneira informal, hoje são parceiros dos grandes veículos de comunicação mundial.

Ressalta-se o papel das redes sociais digitais que propiciaram ao cidadão se integrar em várias comunidades e compartilhar notícias e fatos que percorrem o mundo. O potencial das redes sociais é explorado tanto para assuntos de grande relevância, como também para que as pessoas possam mostrar os fatos do cotidiano, as atividades mais prosaicas do indivíduo, tornando-se espelho e vitrine deste usuário. (VIEGAS, 2015)

Nas disciplinas de Webjornalismo oferecidas na faculdade, muito se fala sobre esse jornalismo colaborativo que acontece principalmente na web. Onde a comunicação é mais rápida e prática. Muitas pautas surgem do ambiente virtual, além de fontes e pessoas com grandes histórias. Vós segue esse contexto. Sempre a procura de colaboradores.

Alguns autores questionam essa relação entre a audiência e o jornalismo. Alertam que deve ser uma relação sempre alerta. O processo de apuração sempre deve existir para evitar boatos.

Brambilla (2008) ressalta que alguns sites, como o Indymedia e o Wikinews insistem em não exigir a identificação do produtor de conteúdo, o que fere a credibilidade do veículo de maneira irreparável. A autora afirma que é preciso que o jornalismo retome suas práticas tradicionais, para que consiga conquistar e manter sua credibilidade na prática colaborativa. Algumas regras como checar a procedência das informações e considerar a importância da edição e do papel do editor são fundamentais para que o jornalismo colaborativo conquiste e mantenha sua credibilidade. Brambilla (2008) ressalta ainda que o público se posiciona de forma mais crítica em relação à internet do que ante as mídias “intocáveis”, onde eles não podem alterar a programação. Brambilla (citado por SILVIA, 2015)

No caso do dia-a-dia do Vós, os colaboradores na maioria das vezes são indicados e, posteriormente, escolhidos. Amadores ou profissionais da literatura, todas suas contribuições são analisadas pela coordenadora de conteúdo da multiplataforma.

Jornalismo e Redes sociais

Um tema pouco visto em sala de aula, mas cada vez mais cobrado no mercado de trabalho, são as redes sociais. Elas servem como uma plataforma de divulgação e de interação com a audiência.

Como o site (www.somosvos.com.br) trabalha com diferentes plataformas (rádio, tv, internet, impresso e mídias sociais), uma mesma matéria tem que ser pensada para todos esses segmentos. Levando em consideração que cada uma tem sua particularidade e seu público específico.

Levando em consideração que essa habilidade é cada vez mais cobrada no mercado de trabalho. As instituições de ensino deveriam começar a incluir esse tipo de conteúdo na grade curricular. Sem isso, o profissional acaba indo para o mercado com um certo retardo frente as mudanças virtuais que, conseqüentemente, afetam o jornalismo.

O Jornalismo de revista

A Revista Segmentada

Para isso, vamos incorrer na história e relembrar a primeira revista brasileira: O Cruzeiro extinta na década de 1970, a revista é explicada pela pesquisadora e professora Maria Celeste Mira como sendo uma publicação que:

Trazia um pouco de tudo e se dirigia a todos, homens e mulheres; jovens ou não, longe da preocupação hoje obrigatória de descobrir as preferências de cada um, seus gostos, expectativas ou estilos de vida. (MIRA. 2001).

Assim como O Cruzeiro, as primeiras revistas brasileiras tratavam de temas relacionados à variedades, buscando atingir diversos públicos. Porém o fenômeno da segmentação, “veio sublinhar outros recortes da sociedade. A família, o homem e o adolescente, por exemplo, ganharam títulos específicos”. (A REVISTA NO BRASIL, 22)

Mira (2001) assinala que publicações segmentadas são aquelas que tem uma tiragem de mais ou menos 100 mil exemplares. Outra característica forte é que desde seu projeto gráfico, logo e até pelo mesmo o slogan, já é possível identificar que público a revista pretende atingir.

Mas o que seria essa segmentação que modificou o mercado de revistas no Brasil e no mundo? “Informação geral e entretenimento, informação e análise de notícias, revistas femininas ou dedicadas a problemas da família e revistas de conhecimentos gerais”. É assim que Muniz Sodré (1998) define as segmentações existentes no Brasil até a década de 70.

Já para Scalzo (2003) contextualiza segmentação tendo como base um novo fenômeno.

Os tipos de segmentação mais comuns são os por gênero (masculino e feminino), por idade (infantil, adulta, adolescente), geográfica (cidade ou região) e por tema (cinema, esportes, ciência...). Dentro dessas grandes correntes, é possível existir o que já nos referimos como “segmentação da segmentação”. (SCALZO, 2003, pag. 49)

Ou seja dentro dos grupos de gênero, idade, regionais e temáticos são possíveis fazer novas divisões, com interesses praticamente pessoais, chegando a uma fórmula de revista quase personalizada. Esses novos campos de atuação abriram o leque para o surgimento de novos perfis profissionais diferentes por exemplo do jornalista político, de cidades ou economia dos grandes jornais.

O texto e o jornalista de revista

Antes de assinalar as diferenças entre esses perfis profissionais é necessário trazer o argumento de Scalzo (2003).

Os princípios básicos do jornalismo são iguais para qualquer tipo de veículo: o esforço para apurar os fatos corretamente, o compromisso com a verdade, ouvir todos os lados que envolvem uma questão, mostrar diversos pontos de vista na tentativa de elucidar histórias, o respeito aos princípios éticos, a busca constante da qualidade de informação, o bom texto. Qualquer que seja o jornalismo que se vá fazer, esse é o dever básico – seja em televisão, rádio, Internet, jornal ou revista. (SCALZO, 2003, pag. 54).

Como assinalado anteriormente, ao problematizarmos segmentação, o jornalista de revistas deve ter outras preocupações ao redigir um texto. “Na maior parte do tempo, o jornalista de revista estará preocupado muito mais em prestar um serviço do que em apresentar um furo de reportagem” (SCALZO, 2003, pag. 55). Ou seja, o jornalista de uma revista não deve estar preso ao furo jornalístico ou a cobertura do dia-a-dia. Muito provavelmente ele estará lidando com assuntos requeentados e que já foram manchete na grande imprensa.

Esse diferente tratamento também inspira cuidados. O texto por exemplo deve ter, segundo Scalzo (2003), “Um tempero a mais”.

Diferente do leitor de jornal, o de revistas espera, além de receber a informação, recebê-la de forma prazerosa. Ele quer a informação correta, simples e clara. Bom texto é o que deixa o leitor feliz, além de suprir suas necessidades de informação, cultura e entretenimento (SCALZO, 2003, pag. 60)

Em entrevista realizada na editora Abril em 2006, o jornalista Edward Pimenta Júnior, Editor do Curso Abril de Jornalismo, define de forma simples e direta como deve ser o texto de revista.

O texto de revista, como se aprende tecnicamente na faculdade, ao invés de você ter a velha fórmula da pirâmide invertida em que o grosso das informações está no lead e depois aquilo vai diminuindo, o texto de revista precisa ser um texto que você vá contando a história, dosando as informações pra que o sujeito siga na história até o fim. (PIMENTA, 2006)

Depois de teorizar sobre o jornalismo de revista, precisamos entender um outro pilar que constitui a narrativa de Vós: O jornalismo literário.

O Jornalismo literário, a linguagem de Vós

Pena (2006) é um dos maiores estudiosos do tema e para fazer jornalismo literário é:

Potencializar os recursos do jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do lide, evitar os definidores primários e,

principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos. No dia seguinte, o texto deve servir para algo mais do que simplesmente embrulhar o peixe na feira (PENA, 2006, pag. 48)

Nesse sentido, o jornalismo literário pode se valer de outros elementos em sua narrativa, que no jornalismo diário e tradicional não são tão comuns. Contudo, mantém as regras que norteiam os princípios jornalísticos.

O jornalista literário não ignora o que aprendeu no jornalismo diário. Nem joga suas técnicas narrativas no lixo. O que ele faz é desenvolvê-las de tal maneira que acaba constituindo novas estratégias profissionais. (PENA, 2006, pag. 49)

No livro “Jornalismo Literário”, Felipe Pena elenca diversos fatores que regem o jornalismo literário. A estes ele chama de estrela de sete pontas. Esses itens contemplam desde o rompimento com o lide até a potencialização de recursos jornalísticos, passando pela importante não utilização das chamadas “fonte frequentadas”. De todos esses tópicos o jornalista destaca como mais importante a perenidade do fato.

Uma obra baseada nos preceitos do jornalismo literário não pode ser efêmera ou superficial. Diferentemente das reportagens do cotidiano, que, em sua maioria, caem no esquecimento no dia seguinte, o objetivo aqui é a permanência. (PENA, 2006, pag. 50)

Um breve histórico de vós

O portal Tribuna do Ceará em 15 de agosto de 2015 trazia um questionamento:

E se o Ceará pudesse ter um diário onde narrasse os contos cotidianos (e reais) que povoam seus municípios, onde fixasse imagens maravilhosas de suas belezas grandiosas e das que escapam aos olhos pouco atentos? Se suas cidades pudessem pontuar, um a um, os tesouros humanos mais interessantes e as histórias que dão vida a bares, esquinas, praças, academias e casas, o que o Ceará escreveria?

A publicação noticiava àquela altura o lançamento de um novo veículo no estado do Ceará. Revista, TV, rádio e internet, Vós nascia para descrever o Ceará em suas mais abrangentes formas. Personalidades, lugares históricos, costumes, um olhar

sob o cotidiano do cearense descrito com um texto que se tornaria marca registrada no estado.

Por meio de perfis, colunas e matérias comerciais e livres, Vós vem há quase dois anos, mostra o cotidiano do cearense com uma abordagem literária e que mesmo em outras plataformas como a TV, o rádio e a web, traz um pouco do jornalismo de revista.

Referencial Teórico

BRAMBILLA, Ana Maria. Olhares sobre o jornalismo colaborativo. In: CAVALCANTI, Mário Lima (org). Eu, Mídia: A era cidadã e o impacto da publicação pessoal no jornalismo. São Paulo: Opbs, 2008.

BRAMBILLA, A. M. A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source. Sessões do Imaginário, 2005.

<http://tede.metodista.br/jspui/bitstream/tede/1511/2/RobertaViegas.pdf>

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-leticia-webjornalismo-colaborativo-ou-culto-ao-amador.pdf>

<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Ma%C3%ADsa-Maryelli-de-Oliveira1.pdf>

MIRA, Maria Celeste. O leitor e a Banca de Revista. São Paulo: Editora Olho D'água/Fapesp, 2001.

OYAMA, Thaís. A arte de entrevistar bem. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

PENA, F. (2006) Jornalismo Literário. São Paulo: Editora Contexto.

SODRÉ, Muniz. A comunicação do grotesco: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 1988.