

Blog “Olha já Então”¹

Paola Paiva²

Karine Castro³

Ennas Barreto⁴

Jimi Aislan Estrázulas⁵

Faculdade Martha Falcão, Manaus, AM

RESUMO

Divulgar uma informação que cativa a sociedade em plena era digital, com tantos meios de comunicação fazendo isso, é um desafio. Desta forma, a ânsia pelo furo jornalístico supera a ética e a tão desejada credibilidade leva ao declínio de muitos profissionais da área. Partindo dessa realidade e seguindo as orientações da academia, o Blog “Olha Já Então” foi criado com o intuito de informar e despertar o interesse da população amazonense para os eventos culturais e esportivos do estado, sem amparo sensacionalista. Seduzindo o leitor/internauta com um conteúdo leve, linguagem simples e interface regional.

PALAVRAS-CHAVE: Blog; Amazonas; cultura; esporte; webjornalismo.

INTRODUÇÃO

Quando a internet deixou de ser um meio de comunicação utilizado apenas pelo governo norte-americano e passou a ser considerado domínio público da humanidade na década de 90, o conhecido poder manipulador massivo de outros veículos (jornal, rádio e televisão), perdeu a sua força. Surgia uma nova era, que trazia a verdadeira democratização da informação. O leitor-internauta foi apresentado a um novo sistema cheio de bits e bytes que lhe proporcionariam um conteúdo não linear, traçando o seu próprio roteiro em busca da informação, escolhendo o que realmente lhe interessaria saber.

Os veículos de comunicação começaram a se adaptar perante a nova mídia, que mais e mais ganhava o gosto popular. De uma hora pra outra, a maioria das empresas passou a migrar para a internet, buscando se aproximar mais do seu público alvo, ou, simplesmente porque era moda. Foi praticamente uma revolução que trouxe mudanças socioculturais. O que para

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação. Modalidade Blog.

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social, email: paolarpaiva@gmail.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social, email: castro-karine@hotmail.com.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação, email: ennasbarreto@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo email:jimiaislan@hotmail.com.

Pierre Lévy (1999, apud FAGGION: 2001), “é a construção de um mundo novo e uma verdadeira comunidade virtual”.

Com as mudanças ocasionadas pelo advento da internet, o receptor de informação (o internauta) acabou se tornando mais crítico e exigente em relação ao conteúdo veiculado não apenas na internet, mas em todos os outros meios de comunicação.

Porém, ainda há muitos veículos tentando conquistar a audiência de um público não tão crítico e intelectual, através do sensacionalismo. Pois quanto mais notícia sobre violência, morte e erotismo, melhor. No Amazonas, por exemplo, tablóides costumam apelar para esse direcionamento em busca de lucro. E com o sensacionalismo estampado nas capas de tablóides populares, fica cada vez mais difícil aproximar qualquer tipo de cultura do povo amazonense.

É um tanto complexo, pois faz parte da cultura amazonense não gostar da sua própria cultura. A população não tem o costume de frequentar teatros ou museus, e talvez alguns nem saibam como é por dentro desses lugares, pois nunca entraram neles. No qual, ironicamente, é no Amazonas que está presente um dos teatros de maior referência nacional, fruto do auge da exploração da borracha, visitado por pessoas de todos os lugares do mundo: o Teatro Amazonas.

Num dos traços mais marcantes do brasileiro, a paixão pelo futebol, esse descaso local fica mais evidente, pois o Amazonas não conta com um clube de futebol representante na série A do campeonato brasileiro. Isso acarreta em um esvaziamento dos estádios no campeonato estadual e uma gradual adesão a times de fora do estado.

Mas é claro que não pode haver generalizações. Há jornais, revistas, programas de rádio e tv, no estado, com uma editoria de cultura qualificada, com conteúdo bem apurado. Porém, são poucos. E o mesmo pode ser dito em relação a editoria de esporte, que apesar de alguns avanços em relação a divulgação, também é raridade encontrar um veículo preocupado em passar informações mais completas e de qualidade.

E toda essa linha de raciocínio leva a constatar que, os meios de comunicação atuais precisam aproximar o público mais crítico da internet, através de informação de qualidade. Sem esquecer-se de ter uma linguagem simples e leve, para seduzir também a audiência acostumada a consumir apenas o sensacionalismo.

Da mesma forma que a população tem direito a ser informada sobre o mau uso do dinheiro público, da corrupção, da fome, falta de merenda escolar e saneamento público, além de outros problemas que afligem o nosso país, ela também merece ter direito a cultura.

Há duas espécies de fome a da miséria do corpo, esta, mais fundamental e determinante, visto que interceptadora de quaisquer outras funções, necessidades e realizações humanas; mas há também a carência de conhecimento, este, outro tipo de fome. (SANTAELLA: 2007; p.09)

Em relação ao esporte, há cadernos de jornais locais, por exemplo, com sete ou oito notícias nacionais e internacionais, e apenas duas ou três do estado. Como se o leitor não tivesse interesse em degustar de um texto inteligente sobre o campeonato amazonense ou saber quem são os novos ídolos do esporte local. É muito release, nota e, às vezes até notícia, mas faltam reportagens sobre esporte.

Em sua monografia de bacharel em jornalismo, SILVEIRA , indaga e depois nos responde

Por que falar de esporte? Por que dedicar páginas de publicações, minutos de um programa de TV para falar sobre o assunto?” logo em seguida responde “Esporte Vende. Aliás, é o produto que mais vende, segundo Alcoba (1980). Não é a toa que não apenas algumas páginas, mas sim publicações inteiras, não apenas alguns minutos dentro de um programa, mas programas inteiros dentro da grade de televisão e do rádio brasileiro. [...] Só o aspecto de vendagem já demonstra a importância do esporte como tema presente na mídia. (SILVEIRA, p. , 2009)

Desta forma, usando a democracia na internet como arma, foi criado o blog “olha já então”, composto de uma interface regional e uma linguagem simples, que busca aproximar todas as classes sociais e culturais, do nosso contexto cultural e esportivo. Está faltando espaço para divulgar mais sobre cultura e esporte, mas também falta público para consumir informações relacionadas a essas editorias.

2 OBJETIVO

O principal motivo de criar o blog é divulgar assuntos relacionados à cultura e esporte, e despertar o interesse do público para os eventos. Para ocasionar a interação com o leitor/internauta utiliza-se de aparatos audiovisuais, podcasts e linguagem simplificada, que proporcionem maior interatividade. Divulgando notícias relacionadas aos eventos culturais e esportivos, através outra perspectiva. Incentivando e mostrando a riqueza envolvendo nosso estado.

3 JUSTIFICATIVA

O blog “olha já então” foi desenvolvido a partir de uma prática associada do curso de jornalismo online, ministrada no quarto período de jornalismo pelo professor Moisés Monteiro e, com a saída desse professor da instituição, administrada pelo professor Jimi Aislan. Desde o princípio, a ideia era divulgar notícias relacionadas ao nosso estado, com uma linguagem jornalística, porém sem a pressa mercadológica e dentro das regras acadêmicas.

A relevância do blog é devido à postagem de informações, dando ênfase em duas editorias, que os veículos de comunicação amazonenses não dão tanta importância. Isso porque, apenas espetáculos maiores como o Festival de Ópera, Festival de Cinema e Festival Folclórico de Parintins, ganham mais divulgação. Como se a cultura do estado se resumisse apenas a esses eventos. O que não é verdade, pois existem outros eventos de porte menor com a mesma importância e a mesma necessidade de divulgação. Diante dessa deficiência, o Blog Olha Já Então busca preencher esse vazio cultural na sociedade amazonense.

Partindo da teoria da agenda setting, de que a mídia tem o poder de influenciar os assuntos que serão discutidos pela sociedade, chegou à conclusão de que sem divulgação não há como surgir interesse da população em relação a esses eventos.

A Teoria do Agenda-Setting, ou do agendamento, destaca que os meios de comunicação têm a capacidade de agendar temas que são objetos de debate público em cada momento. [...] Em linhas gerais a agenda Setting mostra que quanto maior é a ênfase maior dos meios sobre um tema e quanto mais continuada é a abordagem desse tema, maior é a importância que o público lhe atribui na sua agenda. Apesar de inúmeras críticas, essa teoria enfatizou que os meios podem influenciar as pessoas não só sobre o que pensar, mas também sobre como pensar. (ESTRÁZULAS, 2010, p. 21)

Com a ideia inicial de cobrir todas as editorias (cultura, esporte, tecnologia, meio ambiente, cidades, economia, política), fugindo de preceitos sensacionalistas, o blog começou a ser atualizado apenas com notícias locais.

Percebendo a carência em informações relacionadas à cultura e ao esporte, mudou-se o foco e essas editorias passaram a ganhar mais destaque no blog. Entretanto, continua-se informando sobre assuntos relacionados a meio ambiente, tecnologia, política e todo conteúdo de interesse público amazonense.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Partindo da ideia, segundo PINHO (2001), de que a função da internet é compartilhar informações entre governo, empresas, instituições ou pessoas. E de que o webblog é uma ferramenta da internet que nos proporciona liberdade quanto ao tema. Foi escolhido esse formato para expor nosso material jornalístico por duas razões básicas: acesso e convergência.

Quando se pensa em fazer jornalismo, leva-se em consideração a distribuição desse material para seu público-alvo e o acesso aos elementos da internet são facilitados para o internauta. O segundo ponto é a convergência de linguagens possíveis. A internet possibilita todos os formatos dos veículos, e o experimentalismo termina tendo uma amplitude maior.

Baseado no conceito de Celso Unzelte (2009), que define a internet como tempo real e que “nela, como em qualquer outro veículo de informação deve valer mais a informação checada com critério antes de ser publicada do que a notícia publicada rapidamente, só para sair na frente dos outros”, chegamos à conclusão de que os furos de reportagem não seriam o foco do “olha já então”.

Depois do formato, decidiu-se por explorar matérias em que a proximidade com o público amazonense fosse maior. Por isso o foco era desenvolver notícias e notas para reportagens mais complexas correlacionando o local com um público interessado nas questões manauaras.

Num primeiro instante não delimitamos áreas a serem trabalhadas, por isso as primeiras matérias exploravam as mais diversas editorias. Com as postagens, fomos observando que as matérias mais comentadas e compartilhadas eram as relacionadas com esporte e cultura. Logo começamos um trabalho de direcionamento para essas duas editorias.

Esse direcionamento ajudou muito na questão linguística, uma vez que o jornalismo especializado nas editorias de cultura e esporte possibilitam uma linguagem mais leve, com termos mais simples e próximos ao leitor, e com variáveis literárias.

Em relação às escolhas de notícias, sempre foram levados em conta os critérios de publicação elaborados por Nilson Lage (2006), principalmente os de proximidade, interesse pessoal, importância e originalidade. Que em suma, mostra que, esses critérios de noticiabilidade existentes no jornalismo tradicional, também prevalecem no webjornalismo. Além disso, mesmo que o blog proponha certa liberdade em seguir um direcionamento mais

opinativo, foi decidido ainda recorrer à objetividade jornalística para as apurações e formatação da reportagem.

Nessa composição linguística, optamos por explorar ao máximo os conceitos de convergência digital e interatividade que a internet permite. Como o formato nos permite o experimentalismo, as matérias são compostas de textos, fotos, áudios, vídeos e hiperlinks. Todos esses elementos interagem de acordo com o assunto.

No processo de apuração e escolha das pautas, após a saída do professor Moisés, iniciamos um processo de conversa com o professor Jimi e obtivemos total liberdade para escolha dos temas e assuntos. Assim, como estudamos juntas, não há uma reunião formal de pauta, mas várias reuniões informais. Sempre que um assunto parece interessante, sentamos e conversamos sobre o tema e definimos quem seria a melhor pessoa para cobrir o assunto.

A partir do assunto definido, a repórter se desloca sempre com gravador de áudio e máquina fotográfica digital para cobrir o assunto. Essas duas ferramentas permitem os formatos de vídeo, áudio e imagem. Após isso, utilizamos o laboratório da faculdade para realizarmos as edições.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Na hora de nomear o blog, muitos nomes vieram em questão, porém “o olha já então” prevaleceu por ser uma gíria local e ter uma mensagem diferenciada que deixa uma dúvida no público, sobre do que se trata o blog.

O produto trata-se de um blog acadêmico, que apresenta editorial com ênfase em notícia cultural e esportiva apenas do Amazonas. Seguindo um processo de planejamento e produção de conteúdo diferenciado. O nome “Olha já então” é uma gíria dos manauaras, língua herdada dos índios, que faz parte do nosso português amazônico. De acordo com FREIRE (2007) é uma interjeição de indignação correspondente a “*Mas que abuso!*”

Desta forma, o nome “Olha Já Então” foi o fruto da ideia de criar um laço de afinidade com a população local. Parafrazeando FREIRE (2007), uma espécie de “chamamento à amazonidade”, com uma linguagem regionalizada e fácil de ser entendida. Com base nessa teoria, o blog se tornou o mais novo portal de notícias do Amazonas.

Apesar do nome “olha já então” ter uma certa comicidade, em nenhum momento houve alguma notícia relacionada ao humor, pois não existe jornalismo humorístico (“pastelão”). O objetivo é levar informação com seriedade, para ganhar credibilidade do leitor.

Para evitar as longas rolagens de páginas, cada página possui no máximo cinco matérias. Cada matéria tem hiperlinks e hipertextos que interligam a outros assuntos relacionados, proporcionando não linearidade e interatividade. O layout do blog é de caráter regional e com um projeto todo elaborado na plataforma *wordpress*, principalmente pela facilidade da interface e a convergência maior com as redes sociais.

Porém, mediamos o uso de hiperlinks e hipertextos, pois em excesso, eles poderiam poluir o blog visualmente, atrapalhando o internauta na hora da leitura. Prezamos o conteúdo acima de tudo.

Dentro do processo de divulgação, utilizamos outras ferramentas das Redes Sociais como o Twitter e o Facebook para a divulgação e processo viral. Com utilização dessas estratégias, aumentamos o círculo de leitores e multiplicamos os acessos.

6 CONSIDERAÇÕES

Por ser um projeto que iniciou em sala de aula, mas continuou pelo prazer de apurar e escrever, as experiências tem sido gratificantes demais. A experiência de elaborarmos e apurarmos uma pauta, escrever uma matéria nos proporcionou a oportunidade de praticarmos o que fora aprendido na academia. Mesmo sem retorno financeiro, fizemos do blog “olha já então” nosso negócio. Desafios foram superados, críticas foram tidas como construtivas, mas sempre com um único objetivo, que acreditamos termos alcançado: chamar a atenção, no mínimo que seja, para os tantos eventos culturais e esportivos realizados em nosso estado.

Acreditando também, na importância de relatar as dificuldades enfrentadas por pessoas que dedicam suas vidas ao esporte e à cultura, no nosso estado, principalmente pela falta de incentivos financeiros. Pois, sabemos que os investimentos da política pública não são suficientes para a quantidade de pessoas com talentos que possuímos. Desta forma, os questionamentos que ficam são: Como em um estado, por onde passam os primeiros espetáculos do país, não valoriza os seus próprios artistas? Por que, no país do futebol, os times estaduais não recebem incentivos?

Ao final de toda pesquisa, pudemos comprovar que tudo vivenciado, por nós, serviu como incentivo para mantermos o compromisso em contribuir para a divulgação dessas duas editorias tão carentes de exposição.

Outro processo importante observado é o número crescente de acessos de fora da região. O potencial turístico da região amazônica traz à tona uma necessidade que estamos considerando para abrir uma nova editoria: turismo. Sempre de olho nas necessidades dos leitores do blog.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S. Blogs.Com: estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento editorial, 2009.

BAHIA, Benedito Juarez. História, jornal e técnica: as técnicas do jornalismo, volume 2. 5. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

ESTRÁZULAS, Jimi Aislan. Meio Digital e mundo mosaico – a lógica não linear da informação. Manaus: Editora Valer, 2010.

FAGGION, Helber Guther. História digital e Jornalismo On-Line. Ensaio. São Paulo- SP: [HTTP://www.nova-e.inf.br](http://www.nova-e.inf.br) Brasil: 2001.

FREIRE, Sérgio. AMAZONÊS - Expressões e termos usados no Amazonas. Manaus: Valer, 2007.

LAGE, Nilson. Teoria e Técnica do Texto Jornalístico. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

_____. Estrutura da Notícia. 6. ed. São Paulo: Ática, 2006.

PINHO, José Benedito. Jornalismo na internet: Planejamento e Produção da Informação On-line. São Paulo: Summus, 2003.

SANTAELLA, Lucia. O que é semiótica. São Paulo: Brasiliense, 2007.

SILVEIRA, Nathália Ely da. Monografia sobre jornalismo esportivo: conceitos e práticas. Porto Alegre: Universidade do Rio Grande do Sul, 2009.

UNZELTE, Celso. Jornalismo Esportivo – Relatos de uma paixão. São Paulo: Saraiva, 2009.