

Blog do Labjor: O exercício de produzir webjornalismo diário¹

Lorena Cardoso Bezerra GUIMARÃES²

Priscila Santos BAIMA³

Adriana Santiago ARAÚJO⁴

Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

RESUMO

O Blog do Labjor é o único produto diário do Laboratório de Jornalismo da Universidade de Fortaleza. Criado em 2008, é produzido por estudantes, sob a orientação da professora Adriana Santiago, dentro do Núcleo Integrado de Comunicação da Unifor. O NIC é um espaço de extensão universitária, destinado aos alunos dos cursos de Comunicação Social, e se divide em células: Labjor, Agência Jr. de Publicidade, Grupo de Mídia Interativa (G1000), Central de Fotografia, Rádio Unifor e Diagramação. Em 2012, além das atividades habituais, o Blog do Labjor produziu a cobertura noticiosa do XXXV Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Como resultados numéricos, nesse ano o Blog teve o maior número de visualizações e leitores, desde a sua criação. Para além das estatísticas, o Blog do Labjor representa uma experiência rica em conhecimentos na carreira dos estudantes.

PALAVRAS-CHAVE: webjornalismo; blog; laboratório; comunicação; Unifor

1 INTRODUÇÃO

O Laboratório de Jornalismo Experimental da Unifor desenvolve o *Blog do Labjor* com a finalidade de preparar os estudantes para o desafio de produzir conteúdo multimídia para a *web*. O produto está atento as mudanças nas rotinas de jornalismo, provocadas pela chegada da Web 2.0, a partir de 1995, e de olho no mercado *online*, que oferece diversas possibilidades de trabalho para jornalistas.

Criado em setembro de 2008, o *Blog* começou com produção esporádica, e, assim como nos primeiros anos da Internet, o conteúdo era a transposição de cadernos impressos do Laboratório, sem qualquer adaptação para a linguagem da *web*. Entretanto, a partir de 2010, quando um estagiário bolsista e um professor orientador foram designados a cuidar da produção *online*, o Blog do Labjor passou a ter um esquema de produtividade contínua, com, pelo menos, duas postagens diárias, de segunda a sexta.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Blog (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, email: lorenacardosob@hotmail.com

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, email: priscilabaima@hotmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, email: adriana@unifor.br

Nesse período, a rotina de produção começou a ser trabalhada em ciclo: reunião de pauta, apuração, escrita, orientação, edição e divulgação. Tudo isso submetido a um *deadline*, que acelera o ritmo de produção e impõe prazo para a entrega dos textos. A equipe de repórteres do Blog é formada por um bolsista (com vínculo de um ano estabelecido pela Universidade) e estagiários voluntários, selecionados em avaliação semestral com edital aberto a todos os estudantes de Jornalismo da Unifor. O número de participantes variam de quatro até dez, ao longo desses sete semestres de atualização diária.

Ainda em 2010, foi realizada uma pesquisa de opinião com o público alvo (estudantes universitários, principalmente dos cursos de Comunicação Social da Unifor) para entender quais os temas deveriam entrar na pauta do *Blog*. De acordo com os dados desse estudo, feito pela plataforma de pesquisa do *Google*, constatou-se que o público gostaria de se reconhecer no veículo *online* do Labjor por meio de matérias sobre Campus, como atividades culturais e esportivas, serviços, bem como assuntos ligados à juventude, saúde e cultura geral. Tendo a pesquisa como base, foram definidos os critérios de noticiabilidade do *Blog*. Em uma análise geral, esses critérios são mais identificados com as características de proximidade, relevância, atualidade e efeméride, segundo as classificações de valor - notícia propostas por Nelson Traquina e Pierre Bourdieu. Também a partir das preferências do público, foram definidas três colunas com temáticas fixas sobre cinema, fotografia e novidades do cenário cultural.

A coluna *Ensaio* foi a primeira a ter espaço reservado nas sextas feiras para apresentar o trabalho de estagiários e de alunos das disciplinas fotografia da grade de Comunicação Social. A exposição das fotos é feita em *slideshow* e é acompanhada por um breve texto de apresentação. A *Claquete*, publicada às terças feiras, traz resenhas de filmes que, preferencialmente, não estejam na pauta dos veículos tradicionais. Utiliza sempre vídeos de *trailers* ou *teasers* como recursos de multimídia, assim como imagens ilustrativas das obras cinematográficas. Para divulgar dicas culturais, relativas às novidades do universo da tecnologia, literatura e das viagens, foi criada a coluna *Foca Nessa*. Diferente das outras, a *Foca Nessa* não tem data fixa para ser publicada, podendo entrar em qualquer dia da semana.

Em 2012 o *Blog*, assim como todo o Labjor, passou por mudanças administrativas e na estrutura física de sua redação. O Laboratório, que era um espaço exclusivo para estudantes de Jornalismo e contava apenas com uma editoria de fotografia e outra de diagramação, passou a fazer parte do Núcleo Integrado de Comunicação. O NIC reúne alunos dos cursos de Jornalismo, de Publicidade e de Propaganda e de Audiovisual e Novas Mídias em células: Labjor, Agência Jr. de Publicidade, Grupo de Mídia Interativa (G1000), Central de Fotografia (PhotoNIC), Rádio Unifor e Diagramação. A criação do NIC propôs um novo desafio: a integração das várias *expertises* da comunicação. A reforma física derrubou as paredes das redações como metáfora do objetivo da aproximação dos laboratórios, que é construir produtos em parceria, por meio do diálogo, a fim de garantir mais aprendizado e qualidade.

Em seu fluxo diário de produção, o *Blog do Labjor* foi o primeiro a interagir com as outras células e vivenciar os benefícios da integração. A parceria com a célula de fotografia, já estabelecida pela coluna *Ensaio*, foi intensificada também com a produção de vídeos. Com a Rádio Unifor foram realizados *podcasts*, que entram nos *posts* por ferramentas de incorporação de áudio. A Diagramação, que agora integra estudantes de Publicidade, contribui com ilustrações, mapas e outros recursos gráficos. Com outras células o diálogo

se dá de forma mais informal. A proximidade com outros colegas favorece a colaboração com a apuração, a indicação de fontes e a divulgação dos textos. A integração é um processo de construção, que vai muito além das obras físicas. Nesse primeiro ano foram dados, com sucesso os primeiros passos. Vale destacar a importância da realização do XXXV Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, sediado pela Unifor, que mobilizou e uniu todos que fazem o Núcleo Integrado de Comunicação.

O Intercom 2012, que aconteceu na primeira semana de setembro, marcou os primeiros meses de caminhada do NIC. A cobertura noticiosa do congresso ficou a cargo do *Blog do Labjor*, por ser um produto diário, de mais fácil acesso e alcance. Diariamente, desde abril, durante e até depois do congresso, foram publicadas matérias relacionadas ao Intercom. Entrevistas com palestrantes, discussão da temática, informações de serviços e os bastidores do congresso passaram a fazer parte do calendário de pautas do Blog do Labjor. Em julho foi lançado o site do Intercom 2012 (www.intercom.unifor.br) e, a partir daí, as matérias produzidas para o Blog foram reproduzidas na aba de notícias do site. Depois do site, os estagiários passaram a dividir a produção de notícias com integrantes da Acerola, assessoria de comunicação, ligada ao NIC, e criada para ser a agência de notícias do evento.

2 OBJETIVO

O *Blog do Labjor*, como uma prática de experimentação laboratorial, tem o objetivo aproximar os estudantes da linguagem do jornalismo online, que exige objetividade e rapidez na produção de informações. A característica de produto diário busca estimular o exercício contínuo do fazer jornalístico, seguindo um fluxo de notícias com *deadline* estabelecido.

A razão de ser do *Blog* está na capacitação do estudante para o dia a dia e para as grandes coberturas em tempo real. Os estagiários estão envolvidos em todas as etapas da rotina de produtiva, sob a orientação de um professor, que garante o caráter didático da prática em laboratório. A experimentação supervisionada busca alcançar o nível de excelência na apuração de notícias e materiais jornalísticos. Podemos especificar o objetivo em cinco tópicos a seguir:

- Capacitar os estagiários para adquirir e desenvolver competências dentro da dinâmica do jornalismo *online*;
- Articular e estimular a criação e o desenvolvimento de exercícios e tarefas contínuas de produção webjornalística, como estratégia didática voltada para a prática laboratorial;
- Possibilitar a interação entre público leitor e produtores da notícia, por meio de opiniões que enriquecem o material, uma vez que os comentários representam a vontade de contribuir para a discussão aberta dos temas apresentados;
- Promover a informação com objetividade, compromisso e responsabilidade.

3 JUSTIFICATIVA

O *Blog do Labjor* se justifica pela defesa de que é de vital importância na construção de um curso de comunicação mais rico e capaz de se afirmar no mercado das proposições acadêmicas. Também se fundamenta pela urgência em formar jornalistas que dialoguem com as novas mídias e conheçam as especificidades desse meio digital. Inserido em um espaço de reprodução e aplicação dos conhecimentos de *webjornalismo*, o *Blog* se configura como uma prática de experimentação das atividades da profissão e integração dos alunos com a universidade e com a sociedade em geral.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O *Blog do Labjor* pretende incorporar as práticas de produção jornalísticas voltadas para o suporte digitalizado com base nos manuais *online* do Centro Knight para o Jornalismo nas Américas da Universidade do Texas em Austin, distribuídos através de um programa de extensão e capacitação profissional para jornalistas na América Latina e no Caribe. Bem como do Manual de laboratório de jornalismo na internet, do Grupo de Jornalismo Online (GJOL), da Universidade Federal da Bahia. Desses materiais foram utilizados elementos de reestruturação da notícia para o ambiente digital, com novos padrões de escrita e com o uso das seis características do jornalismo on-line: multimedialidade/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização, memória, instantaneidade e atualização contínua do material informativo. São utilizados ainda conceitos de jornalismo online, usabilidade e aplicações (CANAVILHAS, 2001; MACHADO & PALACIOS, 2003; PALACIOS, 2007; MIELNICZUK, 2003)

A rotina de produção do *Blog do Labjor* começa na reunião de pauta e avaliação semanal, que acontece às segundas feiras, com a participação de todos os estagiários e da professora orientadora. Nesse encontro é feito o planejamento de pautas para todos os dias da semana que se inicia (deixando sempre espaço para matérias factuais que podem aparecer). Também é o momento de avaliar os pontos positivos e negativos da semana anterior. A meta é que sejam publicadas duas matérias por dia e que uma terceira seja produzida como material de gaveta para substituir eventuais mudanças de pautas. Algumas reportagem são enviadas por professores das disciplinas, principalmente de Oficina em Jornalismo (Ciberjornalismo), e servem como material de apoio, geralmente ficam na gaveta e entram durante as férias dos estagiários do *Labjor*, para que o *Blog* não fique sem atualização.

As pautas são definidas na discussão entre os presentes, sempre de olho no calendário de atividades da instituição, nos eventos que movimentam a cidade e nos assuntos culturais relacionados as colunas do *Blog*. O processo de pensar e discutir o que é pauta tem grande importância na construção da percepção do estudante de jornalismo. Em todos os produtos do *Labjor*, os alunos são estimulados a produzir pautas, como uma atividade de abrir o olhar e enxergar em seu cotidiano o que pode ou não virar notícia no *Blog do Labjor* e nos cadernos impressos. A vivência do diálogo entre colegas e professores possibilita entender, como define Nelson Traquina, "o que é julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável" (TRAQUINA, 2005, p. 63).

Depois de pautados, os estagiários repórteres seguem para a apuração, que é feita por telefone, pela Internet (em mecanismos de busca, sites, e-mails e redes sociais) e por entrevistas presenciais. Sempre que necessário, os repórteres saem da redação para entrevistas e apuração na companhia de um fotógrafo, outro estagiário da célula de fotografia do NIC. Em seguida, o texto deve ser escrito com atenção às necessidades do webjornalismo, como a inserção de *hiperlinks*, imagens, áudio, vídeo e demais recursos imagéticos. Esses recursos criam entradas de leituras que facilitam o acesso à informação, em consenso com os estudos de usabilidade de Jakob Nielsen (2007).

Na sequência, o texto é repassado para a professora orientadora do *Blog*, que lê, avalia a construção, dentro do que foi pensado durante a reunião de pauta, e, algumas vezes, sugere mudanças. Depois de revisada, a produção textual, junto aos recursos imagéticos, é encaminhada ao estagiário bolsista, responsável pela edição, publicação e divulgação nos canais oficiais do Labjor. Na etapa de edição, outra vez os estudos de usabilidade de Nielsen são levados em consideração. Tendo o conhecimento de que o usuário passa em média 26 segundos em uma página de notícias e que geralmente faz uma leitura escaneada, a edição se preocupa em ser o mais clara e interessante possível, sempre pensando na economia de tempo e na objetividade da informação, para captar o leitor logo nas primeiras linhas. Além de adaptar o texto à necessidade da pirâmide invertida e de inserir os recursos imagéticos e atrativos, a edição empenha-se em catalogar cada texto com *tags* e categorias para que ele possa ter memória, outra característica do webjornalismo, e assim ser encontrado com mais facilidade por mecanismos de busca.

Após a publicação, é necessário divulgar nas redes sociais do Labjor (Twitter e Facebook), que têm se consolidado como a melhor porta de entrada para o Blog. No Twitter (@blogdolabjor) a publicação é automaticamente redirecionada, por recurso de sincronização oferecido pelo *Wordpress*. Já na página do Facebook (Labjor Unifor), os textos precisam ser adaptados, encurtados e vinculados a fotografias para interagir mais com o público dessa rede social, onde a imagem representa o maior atrativo. A resposta dos leitores desses meios é rápida e chega por meio de compartilhamentos, comentários, curtidas e *retweets*. O diálogo com o público acontece mais nas redes sociais do que na área destinada aos comentários dentro do Blog. A interação do produtor da notícia com o público leitor dá mais espaço para a discussão dos temas expostos e enriquece o material com observações e até sugestões de outras pautas.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Blog do Labjor (www.blogdolabjor.wordpress.com) é desenvolvido em suporte gratuito, na plataforma *Wordpress*. A página é um ponto de convergência entre todas as outras mídias utilizadas pelo Labjor para divulgação e produção de conteúdo, como Youtube, Flickr, Twitter, Facebook e Soundcloud.

O *template* foi escolhido no intuito de organizar e hierarquizar as informações de forma simples e objetiva. As notícias aparecem em ordem de publicação mais recente, reforçando a atualização contínua, necessária aos produtos da *web*. As ferramentas adicionais oferecidas pelo *Wordpress*, também foram selecionadas para acentuar as características do jornalismo *online*. Por esse motivo aparecem na lateral direita da tela os *gadgets* de nuvem, arquivo e sincronização com as redes sociais, que funcionam como memória, personalização e interatividade.

As cores do *layout*, predominantemente azul e branco, mantem a identidade visual do Labjor, criada pela Agencia Jr. de Publicidade do NIC. Ainda reforçando a imagem do Laboratório, estão disponíveis, logo nas abas superiores, a digitalização de parte de sua produção impressa, os jornais Coletivo, Sobpressão, Classificado Dá Notícia, Fôlego, Jornal de Bandeja, Jornal Mural e a revista A Ponte.

As colunas (Claquete, Ensaio e Foca Nessa) publicadas semanalmente tem uma identificação específica marcada tanto pelo nome da seção escrito entre colchetes, antes do título do texto, quanto pelo uso de selos de identidade visual, localizados no canto esquerdo superior da publicação.

6 CONSIDERAÇÕES

Percebe-se que desde 2010, quando passou a ser diário e estabelecer uma rotina de produção, o *Blog do Labjor* tem se consolidado com um importante meio de comunicação para além do espaço acadêmico. A busca por pautas diversificadas e abrangentes tem levado o conteúdo produzido em laboratório para fora dos limites do campus. Dessa forma, o *Blog* se estabelece como um veículo de troca de conhecimento entre os alunos que o constroem com o público que consome e colabora, cada vez mais, por meio de comentários e sugestões de pauta.

O crescimento do *Blog do Labjor* também pode ser demonstrado em números. De acordo com as estatísticas fornecidas pela plataforma *Wordpress* (FIG. 1), durante o ano de 2012 a página recebeu 100.925 visualizações. Com destaque para o mês de agosto, período que antecedeu o Intercom 2012, em que o *Blog* atingiu o maior número de visualizações desde a sua criação.

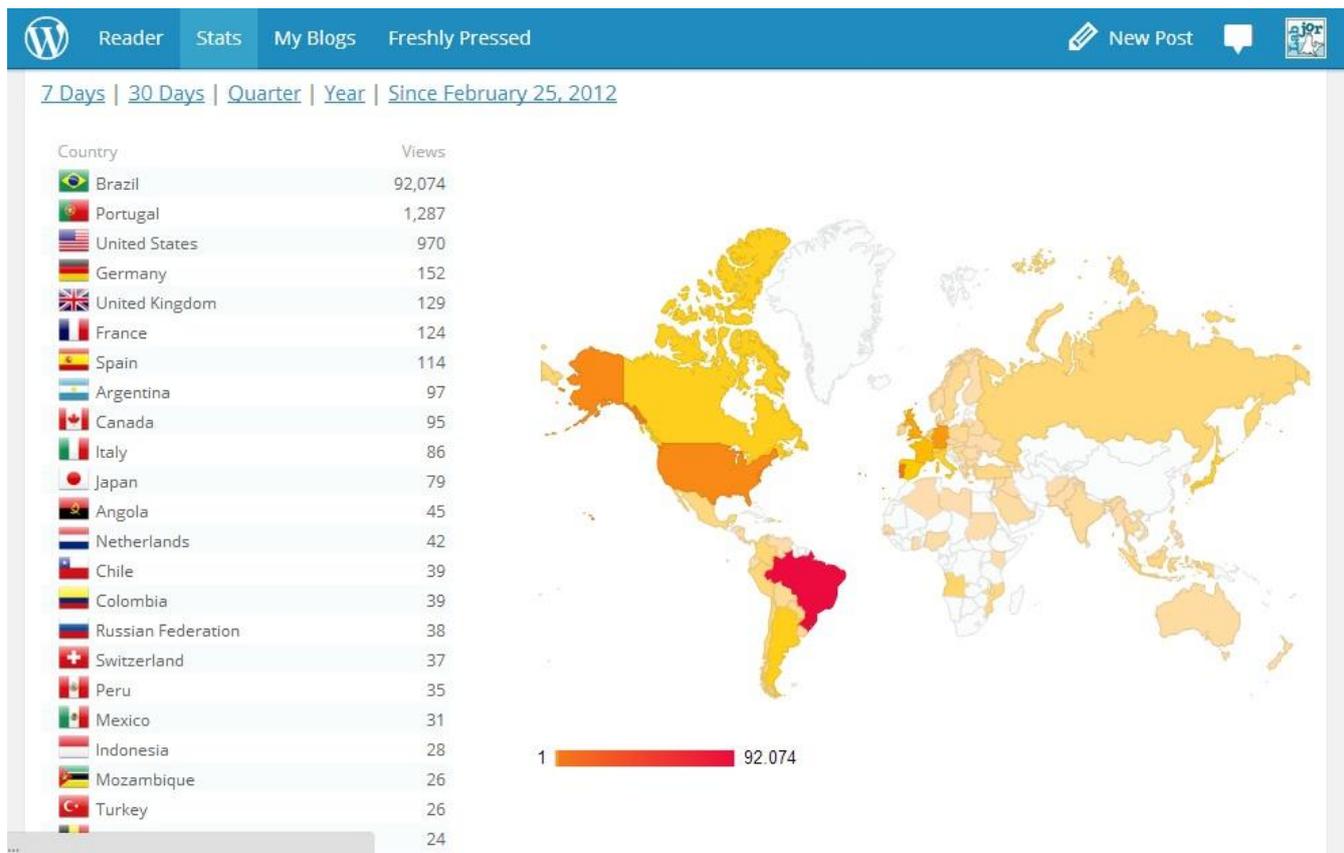


« Return to Stats

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Total
2008									6	137	132	47	322
2009	18	334	668	910	1,163	1,195	825	1,284	2,321	1,983	1,401	824	12,926
2010	705	961	2,194	2,135	3,180	2,280	1,412	2,276	3,757	4,293	5,949	3,316	32,458
2011	1,916	2,781	4,301	4,260	5,637	4,763	3,326	6,466	7,718	8,089	7,290	3,494	60,041
2012	3,499	4,361	8,023	9,198	10,082	9,661	8,151	11,516	9,920	10,776	9,454	6,284	100,925
2013	5,142	4,106	5,788	5,891									20,927

(Figura I. Fonte: Wordpress. Acesso em 24 de abril de 2013)

Os países de origem das visualizações é um outro dado que vale ressaltar. Portugal, Estados Unidos, Alemanha, Reino Unido e França representam números significativos de visitas ao *Blog*. Na imagem (*Fig.II*), aparecem apenas 26 lugares onde o conteúdo é mais visualizado. Entretanto, a lista de visitantes estrangeiros se aproxima de oitenta países. O fato da língua portuguesa não ser falada na maioria desses territórios desperta curiosidade entre os produtores de conteúdo, ao mesmo tempo em que constata que não há fronteiras para o webjornalismo.



(Figura I. Fonte: Wordpress. Acesso em 24 de abril de 2013)

Para concluir, é importante destacar que a participação no *Blog do Labjor* representa uma oportunidade de crescimento profissional para os estudantes de jornalismo. Com a prática diária, são desenvolvidas as habilidades de escrita, o conhecimento da linguagem da *web*, as técnicas de apuração, além de um olhar de apurado e atento ao que acontece no mundo. Outra contribuição do exercício contínuo de *webjornalismo* é a capacidade de pensar a arquitetura da informação (Nielsen), como um roteiro de narrativa multimidiática, que só é possível pelo envolvimento em todas as etapas do produto. A experiência em laboratório experimental também enriquece pela troca intensa de conhecimento e vivências com colegas e professores. Nesse convívio os alunos são constantemente estimulados ao diálogo e à prática, que refletem na formação de estagiários mais seguros e pró - ativos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar**. Disponível em: http://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf

CANAVILHAS, José Messias. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web**. Portugal: Universidade da Beira Interior, 1999. Apresentação no I Congresso Ibérico de Comunicação. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/texto.php?html2=canavilhas-joap-webjornal.html>.

FRANCO, Guilherme. **Como escrever para a web: elementos para a discussão e construção dos manuais de redação online**. Disponível em: http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php

JOHNSON, Steven. **A cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rido de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos. (orgs.) **Modelos de Jornalismo Digital. Volume 1**. Salvador: Editora Calandra, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. In: MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. Modelos de Jornalismo Digital. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa. **Usabilidade na Web: projetando websites com qualidade**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

PALÁCIOS, Marcos. **Manual de laboratório de jornalismo na internet**. Salvador: EDUFBA, 2007.

RODRIGUES, Carla. (org.) **Jornalismo on line: modos de fazer. Rio de Janeiro/Porto Alegre**. Editoras consorciadas PUCRJ & Sulina, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional**. Vol. II, Florianópolis: Insular, 2005.