



Blog Dialog de Comunicação¹

Fabiana Ferreira da SILVA²

Thaís Gonçalves GAMA³

Laize Minelli Ferreira da SILVA⁴

Larissa Balieiro PINHEIRO⁵

Bruno da Silva Lopes⁶

Emilly Cruz Guimarães⁷

Leila Ronize Moraes de Souza⁸

Centro Universitário do Norte, Manaus, AM

RESUMO

O jornalismo online ou webjornalismo chegou e veio para ficar. O que era novidade passou a ser jornalismo de obrigação. Os profissionais que atuam na área devem estar preparados para esta forma de comunicação fincada na modernidade, até por que há diferenças cruciais entre este novo “jornalismo” e os meios tradicionais, o que os torna “concorrentes” na distribuição das notícias. O Blog Dialog surge como alternativa para os alunos do Centro Universitário do Norte (Uninorte) que passam a ter um canal não apenas para se informar, como também para praticar esta nova linguagem, que exige do acadêmico noção de texto, áudio, vídeo, além de intimidade com a web, preparando-os para o mercado de trabalho.

PALAVRAS-CHAVE: blog; jornalismo online; Uninorte, tecnologia.

1 INTRODUÇÃO

Nos anos 90 quando a internet estoura no Brasil é criado um cenário, até então, inimaginável, que colocaria na berlinda o conceito de notícia, marcaria uma nova era do modo de se fazer jornalismo e alteraria a vida da sociedade contemporânea. A internet ganhou espaço até mesmo maior que a TV e o impresso devido à praticidade para o internauta/leitor e para o jornalista. Além do mais, o fazer web tornou as notícias mais rápidas e interessantes, mudou nosso conceito de leitura. É possível acompanhar em detalhes, mesmo às vezes sem o recurso da imagem em movimento, o fato. Como diria Polyanna Ferrari existe algo que as pessoas buscam incessantemente na web:

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção em Jornalismo Digital (avulso).

² Aluno líder do grupo e 8º. Semestre do Curso Comunicação Social (Jornalismo), email: fabiicomunicacao@gmail.com.

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso Comunicação Social (Jornalismo), email: thaisggama@gmail.com.

⁴ Estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social (Jornalismo), email: laize.minelli@gmail.com

⁵ Estudante do 8º. Semestre do Curso Comunicação Social (Jornalismo), email: larissa.balieiro@gmail.com.

⁶ Estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social (Jornalismo), email: bruno18_llopes@globomail.com

⁷ Estudante do 8º. Semestre do Curso Comunicação Social (Jornalismo), email: emillycruzg@gmail.com

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social (Jornalismo), email: leila.ronize@gmail.com.



“Conteúdo tornou-se a palavra da moda nos tempos da proliferação de sites. É em busca de conteúdo – mais até mesmo do que de serviços que as pessoas acessam a maioria dos sites”(FERRARI, 2003, p.39)

O consumidor da informação na web precisa apenas de um computador com acesso a internet para se informar. Já o jornalista da modernidade aposta no online pela praticidade principalmente na publicação do conteúdo. O que antes era apurado, detalhado, escrito e publicado no dia seguinte, pode ser feito na hora e até mesmo em 140 caracteres. O que em suma para o jornalista pode vir a surgir um novo fator negativo. A pressa na apuração e na publicação nos torna totalmente dependente de outros recursos, a internet, a fonte, a foto, a instantaneidade do fato. Se eu publico algo factual, minutos e até segundos depois pode ser velho, visto que o factual é o que acontece na hora. Assim como na web podemos cometer o erro da “intuição”, em certos casos confundimos fatos como “montim” e “rebelião” e o leitor se torna o cobaia ao ler dois conceitos de uma mesma situação. Relato a situação devido em alguns casos termos o fato em nossas mãos, mas a pressa na apuração nos deixar condicionados a pecar por excesso, e neste caso excesso de pressa. Mais afinal, o jornalismo online é concorrente ou aliado?

Não deixa de ser “concorrente” dos veículos tradicionais pelas peculiaridades adquiridas de um jornalismo tão prático. A instantaneidade, imediatismo e praticidade são as ferramentas que alimentam a web. O furo e o imediatismo nos anos 50 era privilégio do rádio, com o surgimento do microblog o online passou a ter esta responsabilidade. As pessoas passaram a ter acesso a texto, áudio e vídeo em um só veículo, o que chamamos de convergência das mídias, se tornando um sério concorrente aos outros veículos. O cotidiano das pessoas também facilita no crescimento do leitor da web. Em casos como a escolha do novo papa. No horário em que surgiu a fumaça branca, certamente centenas de pessoas estavam em seus trabalhos, e em um grupo que ainda não podemos definir, buscaram as informações na web, visto que ali teriam a informação diária, com a possibilidade de atualização a cada lance. Enquanto que TV, rádio e impresso juntavam todas as equipes para buscar o máximo de informação, para assim informarem dentro do seu tempo estabelecido o máximo de informação. Casos como estes tornam a web ainda mais atrativa, e ao mesmo tempo fascinantes.

“Oferecendo notícias, entretenimento, serviços e negócios, a rede mundial ainda é um novo meio de comunicação que rivaliza com a de televisão, o jornal e outros veículos de troca e difusão a informação” (PINHO, 2003, p.49)

Aquela modificação na vida das pessoas com a internet vai acontecendo em todos os setores da sociedade. No âmbito religioso, as missas saíram das igrejas e adentraram as TV's e rádio. Pastores e Padres viraram cantores e passaram a ter sites de músicas religiosas e até mesmo cultos evangélicos são feitos ao vivo na web. E como não citar as bíblias online. Hoje é mais comum nas igrejas você encontrar Ipad do que a bíblia, o livro em si. Outro setor da sociedade que ganhou com a web de um modo geral foram as empresas. Por meio da web fazem demonstração do seu produto por meio de matérias, vídeos, fotos e o que puder incrementar de convergência em uma só tela.

Os alunos de comunicação do Centro Universitário do Norte (Uninorte) se adequaram às novidades do jornalismo pós moderno. É perceptível que este novo jornalismo está só começando e continuará a alterar a rotina das pessoas. Porém, como toda novidade, as pessoas ainda temem ao novo. Alguns jovens ao entrarem na universidade na área de comunicação ainda se apegam ao tradicional rádio e TV, e ao impresso de um modo menor. A web ainda assusta, pois é novo, não é um projeto em si que já está consolidado, assim como o produto da web, o resultado é atualizado dia após dia. O site do jornal Estadão nos assusta e nos deixa ainda mais firmes na crença de que a web ainda vai mudar. O tradicional jornal impresso, por onde passaram grandes jornalistas como Ricardo Kotscho e Clóvis Rossi, hoje tem uma página na internet, com conteúdos noticiosos, atualizados sempre. Visto que, as notícias de maior repercussão para se ter acesso, você deve ser assinante, você paga pela informação.

O modo de fazer o jornalismo ainda é semelhante. O online e o impresso são comparados no dia a dia pela forma de atualização das matérias. Há portais que possuem colaborações de jornalistas do impresso. O jornalista do impresso passa o dia todo buscando informações atuais para escrever e colocar na matéria que irá sair no dia seguinte, já os portais, blogs e sites passam a acrescentar as informações a todo instante e os leitores precisam apenas atualizar o site para ter acesso a novas informações. O profissional que se desdobra para os dois veículos, ainda precisa de um contexto de matéria diferente. Isto por que, aquele que vai a rua fazer matéria para o impresso, ao chegar na redação precisa correr para fazer o texto da web, e ainda fazer o texto do jornal antes da edição.

Para Rogério Christofolletti (2009), os comentários, sugestões e críticas enviadas para as redações dos portais e blogs são extremamente necessárias para a funcionalidade do conteúdo. Ou seja, a internet continuará a ditar as regras na sociedade quando o assunto for adaptação às tecnologias. “Os elementos que compõe o conteúdo online vão muito além dos



tradicionalmente utilizados na cobertura impressa – textos, fotos e gráficos”(FERRARI, colocar ano, p.39)

Para Pollyana Ferrari (2003) o texto deixou de ser definitivo devido aos emails recebidos na redação com comentários, sugestões e até pontos de vista sobre aquela determinada notícia, tornando a cobertura jornalística de um fato permanente. No caso do Blog Dialog contamos com a colaboração dos alunos, que usam de todas as ferramentas para não deixarem o assunto obsoleto ou até mesmo errado na publicação. Nossas matérias possuem o recurso de envio de comentário, assim como pelo dialog.contato@gmail.com recebemos sugestões normais de matérias e críticas.

Guilherme Franco acredita que os blogs se tornaram populares pela facilidade de criação e uso para o autor/editor. Para este grupo basta criar o conteúdo, clicar e publicar na rede. “Todas as recomendações para escrever para a web poderiam aplicar-se aos blogs, por uma simples razão: são mais um tipo de página da web, com características únicas, sim, mas, ao fim e ao cabo, são mais um tipo de página da web” (2009, p.154).

O Dialog também cumpre a função defendida por Rogério Christofolletti (2009). Para ele os blog são recomendáveis em qualquer metodologia didática de ensino. Com o blog os alunos envolvidos recebem orientações diárias de como produzir webjornalismo, além disso o mesmo é usado para hospedar trabalho de áudio, vídeo e até texto dos alunos, produzidos para as disciplinas do curso. “Em termos práticos, os blogs permitem o estabelecimento de uma outra relação de professores e alunos, mais aberta, mais fluida, próxima e horizontalizada” (CHRISTOFOLETTI, 2009, p.191)

2 OBJETIVO

Permitir aos acadêmicos colocarem na práticas as técnicas aprendidas em disciplinas voltadas para a Comunicação Digital, por meio da divulgação de notícias que se referem ao curso de Comunicação Social e áreas afins.

3 JUSTIFICATIVA

A instantaneidade é outro fator peculiar do jornalismo online. As informações repassadas pela coordenação do curso de comunicação social do Uninorte vão diretamente para a página do Dialog. O antes era noticiado somente via email institucional, foi para a página do Dialog com linguagem informal e dinâmica atentando o aluno para a importância



dos assuntos. Em suma, alguns alunos chegaram a relatar que ficaram sabendo das provas pelo blog que colocou na íntegra a relação das avaliações da semana de prova da instituição.

Como canais complementares ao Dialog criamos o www.facebook.com/blogdialogdecomunicacao e o Twitter @blogdialog. Franco (2009) supõe que a instantaneidade do online poderá levá-lo a um rumo desconhecido.

A dirigibilidade na distribuição da informação é outra característica do online. O público deste tipo de jornalismo é muito diversificado, e pela instantaneidade não dá para cobrar fidelidade. No caso do Dialog, nosso público deveria ser os estudantes de comunicação do Uninorte, mas na realidade o Dialog já é referência de informações. Temos leitores de outras faculdades, cursos e até profissionais da área jornalística, publicitária e radiofônica que utilizam o blog como fonte.

A internet também proporciona a acessibilidade ao leitor. Hoje a TV, o rádio e o impresso estão dentro da web, que está disponível 24 horas por dia, sete dias por semana e 365 dias ao ano. E o Dialog através do www.dialog.blog.br continua sendo canal de comunicação dos alunos mesmo em tempos de férias.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O Blog Dialog surgiu como necessidade de fazer com que os alunos que cursavam disciplinas voltadas para o ambiente virtual tivessem um espaço para praticar as técnicas aprendidas e veio, justamente, oferecer aos estudantes a instantaneidade, a praticidade e a intimidade com a nova linguagem do jornalismo colaborativo, já que as notícias publicadas na página da web são feitas pelos próprios alunos. Como de fato é na realidade, os jornalistas da web ou webjornalistas são aqueles escolhidos para representarem a sociedade na transferência da informação.

O Blog Dialog procura dá ênfase na linguagem a ser utilizada na web, permitindo que os alunos se preparem para atuar no mercado, nesta área que vem crescendo na cidade. Técnicas são orientadas e colocadas na prática durante a produção das notícias. Os alunos que atuam no Dialog, são ensinado, por exemplo, a colocar no lead – parágrafo que reúne as informações mais importantes da notícia - palavras que impulsionem o internauta a ler todo o texto. A nossa disposição está a estrutura da Agência Experimental de Comunicação, que cede um laboratório de informática, com acesso à internet para podermos dar vida ao Dialog.



5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Blog Dialog surgiu como um projeto que pretendia ser o canal de informação dos alunos do curso de Comunicação Social. A idéia era oferecer aos alunos um espaço que tivesse mais “a cara deles”. Acreditamos que alcançamos essa pretensão e hoje já possuímos mais de 40 mil acessos por mês.

O processo adotado para a captação de notícias é a tradicional pauta, que acompanha o repórter em todos os veículos de comunicação. O Blog não divulga apenas as ações do curso, mas também eventos que interessam aos alunos de comunicação e ainda conta com o apoio de alunos que não fazem parte da equipe na produção de artigos, resenhas e colunas. O blog funciona de segunda-feira a quinta-feira, usando a estrutura da Agência Experimental de Comunicação, sendo a sexta-feira dedicada apenas para reuniões. Vale ressaltar que mesmo nesse dia o blog é atualizado, por meio de rodízio dos integrantes, que ficam de plantão para a postagem do material. Os alunos recebem em média duas pautas e



são direcionados ao que no meio jornalístico chamamos de externa, quando o repórter sai da redação. No Dialog os alunos passam pelo mesmo processo, mas na maioria das vezes a externa é feita na própria instituição. Isso não impede que o grupo de acadêmicos participe de eventos extracurriculares fora da instituição e traga em forma de matéria para o blog. Desde o início o Dialog trabalha com 8 editorias assim devidamente definidas:

- Destaque: É possível encontrar as reportagens especiais produzidas pelos alunos do projeto assim como pelos demais alunos que não compõem o projeto. A idéia é instigá-los a produzir material. O material fica exposto em formato de slide show.
- Estágios & Oportunidades: Dedicamos este espaço para informar aos leitores, que todavia são acadêmicos, das oportunidades do mercado de trabalho, visando esta parceria tripla entre empresa, instituição e aluno.
- Nosso Curso: O que a coordenação do curso tiver a comunicar, colocamos neste espaço.
- Notícias: É o espaço onde postamos todas as informações da área de comunicação.
- Rádio Dialog: Espaço dedicado as informações da rádio Dialog.
- TV Dialog: É outra nova ferramenta que o blog proporciona aos participantes no projeto, visto que as matérias da web podem ser direcionadas e transformada para TV.
- C&T: Aqui ciência e tecnologia também tem vez, já que consideramos que é um mercado que precisa de destaque e de alunos capacitados para isto.
- Interagindo: Já que alcançamos a marca superior de público-alvo, o espaço assim definido leva o leitor a vários assuntos, não somente ao da área de comunicação. Divulgamos aqui todas as ações dos demais cursos da instituição com a finalidade de trazer ainda mais leitores ao blog.
- Na prática: Engloba as demais mídias do dialog (TV, rádio e jornal impresso).
- Artigos: Os alunos podem enviar artigos de qualquer tema, garantindo espaço para o acadêmico trabalhar sua veia crítica sobre os vários assuntos da sociedade.



Bem vindo ao Blog Dialog, do curso de Comunicação Social do Uninorte/Laureate -)

DIALOG **3 ANOS** e muitos motivos para comemorar!

Início Editorias Periódicos Científicos Galeria Redação Contato

procurando algo? **BUSCA**

14.03.2013 O Grupo Eurodata oferece o curso ...

1º de Abril ...
01.04.2013
Tradicionalmente mantemos no dia primeiro

JFAM abre in...
21.03.2013 A Justiça Federal de Primeiro Grau ...

Inscrições a...
14.03.2013 Já estão abertas as inscrições para

Publicidade e Propaganda

Eurodata oferece curso online de Publicidade e Propaganda

14.03.2013 O Grupo Eurodata oferece o curso online de Publicidade e Propaganda, disponibilizando em seu site informações, como: conteúdo programático, duração, ...

Rádio Dialog

Periódicos Científicos

Mais notícias

1º de Abril – Nesse dia, mentir é 'cool' (0)

Cidades ficam azul para conscientizar populares sobre o autismo (0)

Televisão acessível: como fazer? (0)

Inscrições do Intercom Norte ficarão mais caras a partir desta quarta-feira (0)

1º de Abril – Nesse dia, mentir é 'cool' (0)
01.04.2013 Tradicionalmente mantemos no dia primeiro do mês de abril. Quase todas as pessoas

Cidades ficam azul para conscientizar populares sobre o autismo (0)
01.04.2013 Na próxima terça-feira (02) é comemorado o

Televisão acessível: como

Periódicos Científicos

6 CONSIDERAÇÕES

O Dialog já foi responsável pela inserção de muitos alunos no mercado de trabalho, pois os projetos da Agência Experimental de Comunicação (Agex) do Centro Universitário do Norte (Uninorte) nada mais é que o filtro dos alunos que realmente querem ser um verdadeiro profissional. A meta do blog é crescer ainda mais e continuar sendo a escola dos alunos que reservam parte do tempo de vida em um projeto onde a única remuneração é a experiência. E os alunos que estão envolvidos permanecem atuando no projeto mesmo após passarem por disciplinas como Comunicação Digital e Jornalismo on line.

Há acadêmicos que hoje estão no mercado e utilizaram o Dialog como book e há profissionais que leram alguma matéria feita por algum aluno e pediram ele na empresa.

Temos um canal de contato com nosso publico, abrimos há sete meses um espaço para colunistas. Os próprios alunos escrevem sobre os assuntos que eles dominam e acabam ganhando dentro da faculdade um público. Conforme fomos crescendo, criamos twitter (@blogdialog) que hoje temos mais de 280 seguidores e há pouco tempo criamos conta no facebook.



Franco explica a importância das redes sociais no jornalismo:

“Em seu início, eram usados por grupos de amigos para publicar banalidades mas, com o aumento de sua popularidade, eles vêm sendo usados como ferramenta de negócio, mecanismo de expressão e de comunicação por parte de jornalistas cidadãos, e também como ferramenta de promoção de pessoas, blogs e até meios de comunicação” (FRANCO, 2009, p.158)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- COSTELLA, Antônio F. Comunicação - Do Grito ao Satélite. Campos do Jordão, SP: Mantiqueira, 2002.
- LAGE, Nilson. Estrutura da notícia. 4ed. São Paulo: Ática, 1998.
- LOPES, Dirceu Fernandes. Jornal Laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o leitor. São Paulo: Summus, 1989, v32.
- NOBLAT, Ricardo. A arte de fazer um jornal diário. 7ed. São Paulo: Contexto, 2010. 3ª reimpressão.
- SANTOS, Roberto Elisio dos. As teorias da comunicação- da fala à internet. 2ed. São Paulo: Paulinas, 2003.