

**De Hamlet a Teló:
A cultura brega e cult no jornalismo online¹**

Jocemar ZULIAN²

Ana Carolina Mosele VIVAN³

Andressa GALLO⁴

Jéssica LIMA⁵

Juliana GIRELLI⁶

Marlene Branca SÓLIO⁷

Universidade de Caxias do Sul – UCS

RESUMO

Este trabalho refere-se ao blog De Hamlet a Teló, produzido na disciplina de Jornalismo Online, do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade de Caxias do Sul. O blog foi desenvolvido sob a supervisão da professora Dra. Marlene Branca Sólío, no primeiro semestre de 2012. O De Hamlet a Teló tem por objetivo apresentar notícias culturais de Caxias do Sul e região, abordando desde informações *cults* até as consideradas bregas, o que justifica o nome dado ao meio, conforme afirma a descrição do espaço: “[...] o De Hamlet a Teló será um espaço democrático, variado e antenado. [...] Do cult ao brega, do lírico ao popular, a cultura em suas mais variadas formas: você só vê aqui!”.

PALAVRAS-CHAVE: Blog; Cultura; Hipermídia; Jornalismo Online.

1 INTRODUÇÃO

O advento da internet teve forte impacto sobre o comportamento da sociedade. Em todos os locais do mundo, pessoas comuns começaram a ter voz ativa e passaram a ser ouvidas. Pollyana Ferrari (2009) defende, em sua obra *Jornalismo Digital*, que “a internet chegou para ficar. Não é uma moda passageira e não haverá retrocesso. Jamais os usuários de e-mail voltarão a escrever cartas e deslocar-se até o correio para postá-las” (p. 16). Além disso, a possibilidade de interação entre os usuários gerou a possibilidade de discutir conteúdos ou formar narrativas em tempo real.

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

² Aluno líder do grupo e estudante do 9º semestre do curso de Jornalismo, e-mail: jc_zulian@hotmail.com.

³ Estudante do 9º semestre do curso de Jornalismo, e-mail: aninha_vivan@hotmail.com.

⁴ Estudante do 9º semestre do curso de Jornalismo, e-mail dessa_millo@hotmail.com.

⁵ Estudante do 9º semestre do curso de Jornalismo, e-mail lima.jeh@gmail.com.

⁶ Estudante do 8º semestre do curso de Jornalismo, e-mail july.girelli@gmail.com.

⁷ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo, e-mail brancasolio@gmail.com.

As tecnologias de comunicação periodicamente resultam em significativas transformações na sociedade e causam grandes mudanças de hábitos e comportamento. Cada um no seu tempo, o telégrafo, o telefone e o aparelho de fac-símile deixaram suas marcas no comércio, na vida profissional e no nosso cotidiano. Agora chegou a vez da Internet, oferecendo amplos recursos técnicos e um novo suporte para as mais diversas atividades. (PINHO, 2003, p.57).

Não foram apenas os grandes conglomerados de comunicação que conquistaram espaço no mundo virtual. Diversas mídias sociais, milhares de blogs e outros tantos fóruns foram surgindo. Antes do crescimento da internet tinha-se a ideia que apenas jornalistas ou pessoas consideradas especialistas em algum tema poderiam expor suas opiniões.

O cenário, no entanto, mudou – e mudou radicalmente. Para escrever e ser lido no mundo virtual, o usuário não precisa ser jornalista ou especialista no assunto. A única exigência do espaço é ter criatividade para abordar os temas. O que faz a diferença, atualmente, são os interesses particulares daqueles que desenvolvem espaços de discussão ou de leitura.

Os leitores digitais se comportam de maneira parecida: dão uma olhada nas manchetes, leem o horóscopo, entram em alguma área que chamou a atenção na *home page* e assim sucessivamente. A informação é absorvida sem grande comprometimento com a realidade. A importância e repercussão de uma manchete da revista *Veja* continua sendo bem maior que a do seu portal preferido. (FERRARI, 2009, p. 19, grifo da autora).

Para suprir essa necessidade de interesses tão particulares e específicos é que surgiram, então, os blogs. Games, moda, esportes, cultura, livros, beleza, entre tantos outros, são os temas e assuntos que delimitam os blogs. Mark Briggs (2007, p.10) afirma que “nunca houve antes uma época que oferecesse tantas formas de se contar histórias e levar informação aos leitores”. São, portanto, essas diversas formas que permitem a criação de tantos espaços no mundo virtual.

2 OBJETIVO

É comum notícias de destaque ou relevantes em um determinado contexto tornarem-se pauta de comentários ou de narrativas que serão encontradas em blogs e fóruns de

discussão. Ainda é possível perceber que o jornalismo permeia muitos textos de pessoas “comuns” e também de outros jornalistas.

O surgimento dos blogs evidenciou uma nova realidade. Como destaca Ferrari (2007), em *Hipertexto Hipermídia*, com as novas ferramentas de comunicação digital, a exclusividade tão primada por jornalistas chegou ao fim, afinal, o fluxo de notícias conta com novos personagens que nem sempre são jornalistas. Cresce, assim, a figura do produtor de conteúdos. Eis que estava imposto o desafio. Saber comunicar por meio de um novo meio que repica informações a cada milésimo de segundo por qualquer usuário da rede.

Para trabalhar na web é preciso conhecer o público a que se pretende atingir, saber utilizar o hipertexto, a fim de convergir vários meios, e ainda ter conteúdo de qualidade para conquistar os usuários. A proposta do blog De Hamlet a Teló é trabalhar com o jornalismo online, o qual, além de apresentar textos ao leitor, deve-se apresentar formas de interação com os mesmos.

Na internet, contudo, a viagem é lúdica e os apelos visuais e textuais falam mais alto. Logo, nos deparamos aqui com uma incongruência: se a página tem de ser atrativa e usuável o suficiente para reter o leitor, por que os sites não mudam o desenho de suas *home pages* diariamente? (FERRARI, 2009, p. 21). Foi com esses ensinamentos que buscamos trabalhar de maneira integrada e ativa, tentando conquistar um leitor ávido por informação e que não possui acesso direto às informações do âmbito das variedades em uma cidade que prima por um jornalismo excessivamente *hard news*.

3 JUSTIFICATIVA

A criação deste blog visa a ser um espaço de discussão cultural de Caxias do Sul. A ideia é oportunizar que os leitores virtuais tenham um local que agregue informação e diversão, por meio de textos e vídeos. As aulas de Jornalismo Online oportunizaram conhecimento específico sobre a criação e manutenção de um espaço virtual. Mesmo com o encerramento do semestre, em julho de 2012, o grupo decidiu manter o blog no ar, para que pudéssemos mostrar ainda mais do conhecimento adquirido e aprimorar o que é necessário.

O objetivo do blog é trabalhar muito mais que simples matérias e releases recebidos da imprensa. A meta é criar blocos de informações, para que o leitor decida como quer fazer sua leitura. Este blog é um desafio para nós como estudantes de jornalismo, pois

precisamos estar conectados a diversas redes e entender diversos meios e ainda assim nos mantermos fiel às regras de jornalismo na construção de uma notícia.

Logicamente, o tema cultura está diretamente ligado aos interesses de cada integrante do blog e a ideia é unir os diferentes gostos para levar as atualizações aos leitores. A escolha por cada categoria foi feita a partir das necessidades sentidas pelos blogueiros. Contudo, o principal desafio do De Hamlet a Teló é aproximar o leitor e fazê-los participar com comentário e até mesmo postagens assinadas por eles no blog.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

O De Hamlet a Teló conta com quatro categorias fixas. São elas: *Agenda*, *Cinema*, *Fica a Dica!* e *Resenhando*. Além disso, há o espaço do *Quem Somos*, com a apresentação dos responsáveis pelo blog, com fotos e links que levam o leitor direto ao perfil de Facebook de cada um.

Para selecionar a plataforma utilizada, buscamos entender um pouco sobre cada uma para definir a mais ágil e eficiente. Assim, utilizamos a plataforma Wordpress, por contar com postagens rápidas, galerias de foto dinâmicas e uma usabilidade que condiz com o objetivo principal do blog. O endereço ficou fácil de ser memorizado: <http://dehamletatelo.wordpress.com>.

Antes de colocar o blog no ar, começamos a pensar nas segmentações que iríamos fazer. Decidimos, então, que cada um ficaria responsável por uma arte, mas sem que isso fosse estanque. Partimos para uma elaborada sessão de fotos, realizada pela professora dos cursos de Jornalismo e Fotografia da UCS, Marina Chiappinotto. Cada integrante do grupo vestiu-se de acordo com a categoria do site que estava representando. Música, artes plásticas, cinema, dança e literatura foram eleitas para serem representadas.

O espaço “Agenda” é atualizado mensalmente com toda a programação cultural que ocorre em Caxias do Sul. O objetivo é realmente servir de agenda para os leitores e levar a informação de maneira objetiva, com um serviço, onde estão tema, data e horário de cada evento.

Já o link “Cinema” apresenta os destaques nos cinemas de Caxias do Sul. Toda a sexta-feira o espaço é atualizado com críticas de filmes que estão em cartaz ou que estão

estreando. A ideia dessa categoria é servir de indicativo ao leitor e/ou visitante do blog, para que ele possa ler algo sobre o filme e tirar suas próprias conclusões.

O “Fica a Dica!” é a dica da semana feita pelos responsáveis do blog. Shows, apresentações teatrais, exposições e outros eventos culturais ganham destaque nessa categoria. Para indicar alguma atividade, sempre se procura entrevistar alguém para fazer uma matéria mais elaborada e com possibilidades de atrair os leitores para que estes compareçam ao evento.

E no “Resenhando”, toda a quinta-feira, os leitores encontram uma dica de leitura. Semanalmente, um dos responsáveis pelo De Hamlet a Teló escreve uma resenha sobre algum livro que leu e gostou. Não há regras e nem livros específicos: a ideia é dar possibilidades e dicas de livros interessantes.

Além do espaço no blog, também trabalhamos com as redes sociais. A utilização de Facebook e Twitter ocorre pela necessidade imposta pela internet atualmente, além de ser uma forma de aproximação com o público virtual. Contudo, para não ficar apenas nas redes do blog, cada integrante também compartilha e divulga as novas postagens em seus perfis pessoais, atingindo e chamando assim um número maior de leitores.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para a produção do blog, utilizamos diversos recursos importantes para prender a confiança dos leitores. A proposta básica do De Hamlet a Teló é colocar em prática os recursos aprendidos durante a disciplina de Jornalismo Online. O texto desenvolvido para o espaço é dinâmico e informativo. Pensamos na criação de um blog que transmitisse credibilidade ao leitor e, ao mesmo tempo, trouxesse informação de grande utilidade, especialmente ao público que aprecia programas culturais.

Jornalismo digital não pode ser definido como o trabalho de produzir ou colocar reportagens na internet. É preciso pensar na enquete (pesquisa de opinião com o leitor); no tema do chat, o bate-papo digital; nos vídeos e áudios; e reunir o maior número possível de assuntos e serviços correlatos à reportagem. (FERRARI, 2009, p.45).

O blog era um projeto experimental, produzido por cinco alunos que cotidianamente postavam matérias sobre o assunto escolhido. Procuramos abordar os mais diversos aspectos dentro do tema guarda-chuva. Um trabalho desenvolvido durante o primeiro semestre de 2012 teve continuidade e deve prosseguir por um longo tempo. Essa iniciativa se mostrou acertada, pois em novembro do mesmo ano fomos premiados com o primeiro lugar na categoria *Mídia Online: Blog, Site, HotSite* na premiação MUC – Mostra Universitária da Comunicação, promovida pela Universidade de Caxias do Sul. Essa consagração nos motivou mais ainda em continuar mantendo o cult e o brega por muito tempo na rede.

Um dos principais desafios existentes ao manter um espaço virtual como o blog é a necessidade de atualização quase diária. Afinal, o leitor busca novidade, os internautas procuram por coisas novas o tempo todo. Porém, sabemos que não basta apresentar a novidade, é preciso que essas atualizações sejam feitas com os recursos corretos.

Além de conquistar um leitor, nosso objetivo é fidelizá-lo para que ele veja no De Hamlet a Teló um espaço de agenda diária. Para atingir essa meta, trabalhamos mais que textos corridos e com imagens ilustrativas. O hipertexto torna-se parte integrante do processo de elaboração de cada notícia. Como *blogueiros*, primamos pela oportunidade de gerar conhecimento aos leitores a partir de links e recursos como vídeos e áudios que agregam valor a matéria publicada.

O hipertexto diante da comunicação escrita também denuncia a separação entre emissor e receptor, pois a impossibilidade de interação no contexto de construção de texto torna-se frágil à comunicação escrita. O hipertexto é um conjunto de nós de significações interligados por conexões entre palavras, páginas, fotografias, imagens, gráficos, sequências sonoras etc. Dessa forma, as narrativas digitais superam as limitações da tradição da oralidade e da escrita, pois não buscam sentido em isolar ou fragmentar o sentido do texto ou do discurso, mas, ao contrário, em ampliar a rede de significações. (FERRARI, 2007, p. 74).

Da mesma maneira que a internet oferece inúmeras possibilidades aos leitores, sabemos que o ambiente virtual nos permite utilizar as mesmas possibilidades. Neste caso, cada integrante do blog, além de elaborar um texto, também busca em sites especializados embasamento para tornar o blog dinâmico.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O blog De Hamlet a Teló surgiu com o objetivo de ser um experimento para nós, estudantes de jornalismo. No entanto, além do aprendizado, ele permitiu aliar gostos, diversão e conhecimentos específicos de cada responsável pelo espaço. Fazer coberturas especiais foi uma das formas encontradas para levar ao leitor a notícia de maneira dinâmica e o mais completa possível.

O maior desafio foi aplicar toda a teoria vista em aula. Saber usar as *tags* corretas, os links adequados e, além disso, aliar recursos com vídeos e áudios nas matérias publicadas. A cobertura presencial também se tornou importante para dar a sensação do que vivenciamos para o leitor. É visível a diferença entre um texto retirado de release e um texto feito a partir de um “confesso que vivi”. Tivemos a certeza que estávamos no caminho certo quando atingimos 1.000 visitas em 34 dias, como exaltamos em um post especial. Hoje, já são quase 6.000 visitas.

Tornou-se obrigatório aos jornalistas saber trabalhar com multimídias. Fazer um texto ou saber entrevistar não sintetiza as necessidades atuais desses profissionais da comunicação. Tirar fotos, produzir vídeos e áudios são praticamente obrigatórios.

O aprendizado que o blog proporcionou ainda não teve fim e servirá de estímulo para buscarmos aprimoramento na área de jornalismo digital. São inúmeras as possibilidades nesse meio e também são inúmeros os desafios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRIGGS, Marks. **Jornalismo 2.0 – Como sobreviver e prosperar**. Um guia de cultura digital na era da informação. EUA, 2007.

FERRARI, Pollyana (Org.). **Hipertexto hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007. 191 p.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. Coleção Comunicação, 3.ed. São Paulo: Contexto, 2009. 120 p.

PINHO, José Benedito. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003. 282 p.