

Jornal Digital Capital Cultura¹

Thayná SANTOS PERES²

Professor orientador: Rodolfo STANCKI³

Centro Universitário Autônomo do Brasil – UniBrasil, Curitiba, PR

RESUMO

Este projeto apresenta o blog jornalístico Capital Cultura, produto laboratorial do curso de Jornalismo da UniBrasil abrigado na plataforma Blogspot e Medium. O produto consiste na produção de coberturas com conteúdos multimídia de eventos culturais da cidade de Curitiba e Região Metropolitana. Além de servir como meio informativo, o conteúdo também mantém um registro sistematizado das atividades culturais da cidade, como shows, sessões de cinema, peças de teatro e outras atrações diversas.

Palavras-chave: Capital Cultura; jornalismo cultural; cobertura multimídia.

INTRODUÇÃO

Um grande repertório cultural é a base de todo bom jornalista. A premissa guiou a elaboração do projeto de jornal digital Capital da Cultura (<http://jornalcapitalcultura.blogspot.com.br/> e <https://medium.com/@capitalcultura>), do curso de jornalismo da UniBrasil, que, em seus três primeiros anos, operou na cobertura de diversos eventos do segmento cultural em Curitiba, como a Gibicon– especializada em quadrinhos –, a Corrente Cultural, o Festival de Teatro, o Festival Olhar de Cinema e as atividades de carnaval da cidade.

O produto laboratorial nasceu com a proposta de criar um canal de comunicação entre futuros repórteres, editores e assessores de imprensa com o tema e com a experiência de coberturas culturais. Além disso, o jornal também se tornou um espaço de convívio com o leitor, que pode comentar e divulgar o conteúdo produzido pelos acadêmicos de jornalismo.

O jornal Capital Cultura foi ao ar em 25 de outubro de 2012, com o início das atividades da Gibicon, que ocorreu em diversos espaços de Curitiba. Ao todo, foram 187 postagens publicadas no site, entre notícias, matérias, entrevistas, vídeos e fotos. Além de se tornar um espaço de debate e estímulo ao consumo cultural, o produto também tinha o objetivo de experimentar formatos, apresentando uma plataforma multimídia aos leitores. Por isso, os alunos que participaram do projeto precisaram lidar com ferramentas convergentes, como redes sociais exclusivas para fotos, edição de vídeos e textos.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Blog de Notícias.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Jornalismo, email: thayna.peres2013@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: stancki@gmail.com.

Como foi pensado inicialmente para a cobertura de eventos pontuais, o Capital Cultura foi estruturado na forma de blog, pelo sistema Blogspot, com o qual os alunos estavam mais acostumados a lidar. A produção de conteúdo ficou sob a tutela do Midiabólicos – Agência Experimental de Jornalismo, responsável pela manutenção extracurricular dos produtos laboratoriais do curso de jornalismo da UniBrasil. Para a cobertura da Corrente Cultural de Curitiba, em 2015, o produto foi adaptado para a plataforma Medium, ainda em fase de teste.

A coordenação do projeto foi realizada pelos professores Rodolfo Stancki e Maura Martins. Em outubro de 2013 e março de 2015, o jornal digital Capital Cultura ganhou o primeiro e o segundo lugar, respectivamente, do prêmio Sangue Novo de melhor produto experimental na categoria Blog de Notícias.

OBJETIVO

O objetivo do produto laboratorial, mantido por alunos de diversos períodos e por professores do curso de Jornalismo da UniBrasil, é apresentar informações sobre o cenário cultural em Curitiba para incentivar o debate na sociedade sobre livros, filmes, peças de teatro, shows, concertos, palestras e exposições, entre outras atrações. Além disso, colateralmente, o produto também cria um registro das atividades culturais da cidade, que pode ser consultado como uma fonte histórica no futuro.

JUSTIFICATIVA

O Jornalismo Cultural é um gênero em defasagem em Curitiba. Um breve levantamento na internet nos mostra que existe apenas um produto de grande porte circulando pela cidade, o suplemento “Caderno G”, do jornal Gazeta do Povo. Embora existam algumas tentativas marginais de colocar a cultura como pauta, como é o caso do site Portal Pêndulo, um produto jornalístico voltado para a área de cultura é capaz de sistematizar a área como conteúdo.

Partimos do princípio de que o que move o Jornalismo, o que lhe dá razão de ser, é a necessidade social da informação. Os indivíduos querem saber o que está acontecendo, o que se passa ao seu redor, o que ocorre no mundo, pela necessidade vital de estabelecer ligação com o meio ambiente, com a comunidade, a sociedade, enfim, estar sintonizado com seu grupo social. (MELO, 1991)

Logo, uma área social sem uma cobertura jornalística adequada impede os cidadãos de refletirem sobre sua própria comunidade (KOVACH & ROSENSTIEL, 2002). Portanto,

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Blog de Notícias.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Jornalismo, email: thayna.peres2013@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: stancki@gmail.com.

eles refletem também sobre o consumo de produtos culturais, que não se sistematiza e acaba ocorrendo por inércia – levando as pessoas às salas de cinema, aos livros e às peças de teatro de forma mecânica.

Por jornalismo cultural, entende-se a produção noticiosa e analítica referente a eventos de natureza artística e editorial pautados por seções, suplementos e revistas especializadas nessa área.

O conceito de “cultura”, portanto, é o conceito genérico usualmente adotado na esfera da produção jornalística e inclui o acompanhamento que essa produção faz em torno das tendências interpretadoras que se apresentam na mídia pelo processo de legitimação pública conferida por seu vínculo com problemas emergentes da sociedade contemporânea (FARO, 2006).

Além da necessidade de cobrir uma área pouco debatida na mídia, o jornal Capital Cultura (www.jornalcapitalcultura.blogspot.com.br e www.medium.com/@capitalcultura) também tem o objetivo de estabelecer uma produção de conteúdos pontuais sobre determinados eventos. Isso porque uma equipe de cerca de 20 alunos acaba produzindo um registro sobre o evento maior do que qualquer outro feito pela mídia. Tal registro pode, posteriormente, ser objeto de consulta sobre as atividades que já ocorreram na cidade. Pela plataforma Blogspot, o conteúdo fica sistematizado pelo período de publicação ao lado direito da tela. O mesmo vale para o Medium.

A aposta é que as coberturas pontuais levem a população a reconhecer o espaço jornalístico do Capital Cultura como um local de diversidade textual, em que, sem se limitar por espaço, seja possível ver, ler, e assistir a conteúdos de forma mais completa do que na grande mídia – em que no máximo dois jornalistas são deslocados para uma cobertura.

O uso de um conteúdo multimídia e convergente também torna o trabalho relevante no campo laboratorial. Isso porque, ainda inexperientes na profissão de jornalistas, os alunos se forçam a criar vídeos e fotos de forma profissional – o que gera soluções curiosas. É o caso do vídeo de encerramento da Gibicon, produzido por uma acadêmica do primeiro período – embora seja um clipe musical com fotos, a produção dela gerou um debate sobre os valores-notícias contidos na produção. Ainda que inusitada, a solução funciona como uma notícia inovadora, diferente do que é visto com frequência no mercado.

Outro exemplo dessa experimentação é o vídeo que registra o cotidiano de uma série de pessoas durante a Virada Cultural 2013, chamado de “Mergulho Cultural”. Na produção de alunas do sexto período, pode se observar uma tentativa de reproduzir o estilo seco e documental visto em obras do cinema novo. Também foi possível testar ferramentas de cobertura em tempo real, como a postagem que condensa atualizações da conta do

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Blog de Notícias.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Jornalismo, email: thayna.peres2013@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: stancki@gmail.com.

Facebook Capital Cultura Mojo, braço do Facebook do projeto, baseado no conceito de Jornalismo Móvel (*Mobile Journalism*). Desde seu lançamento, o blog teve cerca de 20 mil visualizações em suas 187 postagens.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O jornal digital Capital Cultura (<http://jornalcapitalcultura.blogspot.com.br> e <https://medium.com/@capitalcultura>) foi produzido de forma laboratorial por alunos e professores da UniBrasil. Para definir o estilo de cobertura, os alunos interessados foram convocados para uma reunião com os coordenadores da Agência Experimental de Jornalismo Midiabólicos, que apresentaram a proposta do produto.

O primeiro evento a virar notícia no Capital Cultura foi a Gibicon, que ocorreu em outubro de 2012, em vários espaços de Curitiba. Os coordenadores solicitaram aos organizadores do evento que liberassem os alunos como membros da imprensa, o que permitiu o acesso ilimitado a qualquer palestra, curso ou debate.

Com a programação em mãos, uma semana antes da Gibicon, as pautas foram distribuídas para a cobertura dos alunos. Cerca de 10 acadêmicos participaram da atividade. Uma das propostas do Capital Cultura é a produção de conteúdos imediatos, logo, foi criada uma redação improvisada no Memorial de Curitiba, no qual os alunos produziam o texto e o conteúdo iria parar no site e nas redes sociais do curso de jornalismo da UniBrasil logo depois de ocorrerem.

Na época, foram produzidos 18 postagens sobre o evento. Para consolidar um slideshow de fotos, os alunos utilizaram a plataforma Flickr e, para os vídeos, foi utilizado o YouTube. O site foi colocado inicialmente em formato Blogspot, pela familiaridade dos alunos. O produto integra o portal informativo Capital da Notícia (capitaldanoticia.com.br).

O segundo evento coberto pela redação do Capital Cultura foi a Virada Cultural, ocasião que se propõe a ter 24 horas de eventos diversos pela cidade, entre shows, sessões de cinema, peças de teatro e exposições. A Virada faz parte da Corrente Cultural, semana dedicada a área homônima, promovida pela Fundação Cultural de Curitiba.

Como esse evento duraria apenas 24 horas, a proposta é que os acadêmicos se dedicassem a elaborar uma cobertura sistemática das atividades mais importantes. Apenas 11 renderam postagens, entre cerca de 300. Isso porque a equipe não dava conta de acompanhar todos os eventos que ocorriam na cidade.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Blog de Notícias.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Jornalismo, email: thayna.peres2013@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: stancki@gmail.com.

Novamente, a atenção se voltou para a produção de conteúdos multimídias, editados pelos próprios alunos – com a supervisão dos professores. A área de cobertura dos acadêmicos foi definida por uma reunião de pauta, dias antes do evento e, mais uma vez, foram usadas credenciais para que os alunos tivessem acesso aos bastidores do evento.

Na terceira rodada de atividades, que ocorreu após a vinda do prêmio Sangue Novo, em outubro de 2013, cerca de 20 acadêmicos participaram da cobertura da Corrente Cultural 2013 (a rebatizada Virada Cultural da cidade). Na ocasião, foram produzidos 28 postagens, que deram conta de atividades diversas envolvendo a efervescência cultural que tomou conta de Curitiba na ocasião. O número de matérias superou a expectativa dos professores coordenadores do blog.

O evento seguinte que recebeu a cobertura do Capital Cultura foi a programação de carnaval de Curitiba, em março de 2014, que envolvia shows de rock, marcha de zumbis e mostras de cinema – além dos desfiles das escolas de samba. Ao todo, 10 alunos participaram. Pela primeira vez na história do blog, alguns estudantes se propuseram a realizar a cobertura de carnavais no litoral do Paraná, como Guaratuba e Ipanema.

Depois, a equipe se dedicou a cobrir o Festival de Teatro de Curitiba, em abril de 2014. Pensando em um viés inusitado, o grupo optou por produzir fotos, vídeos e textos apenas dos espetáculos gratuitos, que geralmente não ganham tantos holofotes por parte da mídia especializada.

Em seguida, o Capital Cultura realizou uma série de perfis com profissionais ligados ao teatro paranaense. A proposta, que segue a linha de experimentações do Jornalismo Literário, tinha como foco realizar uma percepção densa dos diretores e atores cativos do público da cidade. Foram entrevistados na ocasião Hugo Mengarelli, Leonarda Glück, Andrei Moscheto, Paulo Biscaia Filho, Ismail Scheffler, Arnaldo Silveira, Silvia Monteiro, Claudio Castro e Alex Wolf.

Em julho de 2014, a equipe do Capital Cultura realizou uma cobertura do Festival Olhar de Cinema. Mais modesta, a atividade se restringiu a seis filmes, que estavam em cartaz na mostra. Para a tarefa, foram disponibilizadas credenciais de imprensa para os estudantes.

Em setembro, o jornal digital novamente se focou na cobertura da Gibicon. Foram realizadas 26 matérias, cobrindo palestras, debates, mesas-redondas, exposições e shows que ocorreram no local. Novamente, o conteúdo foi dividido entre fotos, vídeos e textos.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Blog de Notícias.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Jornalismo, email: thayna.peres2013@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: stancki@gmail.com.

Outra cobertura realizada pelo Capital Cultura foi da Corrente Cultural de Curitiba, com 14 textos diferentes produzidos pelos alunos. Como no carnaval, os estudantes também tiveram a oportunidade de sair da cidade para cobrir shows em São José dos Pinhais. Ampliando o foco geográfico pré-determinado pela proposta, mas sem fugir do enfoque regional.

Em 2015, a cobertura do Capital Cultura foi focada nas atividades do carnaval, em fevereiro e março; no Festival de Teatro, em abril e maio; e no Festival Olhar de Cinema, em junho e julho.

O ano também teve uma série de reportagens especiais, com perfis de cineastas de Curitiba. Nessa ocasião, foram perfilados os artistas Aly Muritiba, Wellington Sari, Arthur Vicentini Tuoto, Fernando Severo e Eduardo Baggio.

Em novembro, o projeto fez um experimento na plataforma Medium com a cobertura da Corrente Cultural de Curitiba. Ao todo, foram produzidos 15 textos, postados como se fossem relatos jornalísticos em primeira e terceira pessoa.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O jornal digital Capital Cultura é abrigado na plataforma Blogspot e consiste em um blog de notícias. A interface do blog é automática, utilizando o layout “Simples” da própria plataforma. A página inicial apresenta as 10 últimas postagens.

Acima do cabeçalho, que contém um hiperlink para a página inicial, há uma barra com a editorias utilizadas pelo site: “início”, que direciona para a página inicial; “teatro”, que direciona para os textos do Festival de Teatro de Curitiba; “cinema”, que direciona para os textos do Festival Olhar de Cinema; “Shows”, que direciona para as apresentações musicais da região; “Jornalismo Literário”, com as séries especiais com perfis e matérias especiais; “Quadrinhos”; que direciona para as coberturas da Gibicon; “Exposições” e “artes”, que direcionam para as matérias de exposições artísticas diversas; “Corrente Cultural”, que direciona para a cobertura das três correntes culturais de Curitiba; e “carnaval”, para as matérias sobre o carnaval.

Ao lado direito, há um sistema de buscas do próprio blogspot, que auxilia os leitores a encontrar matérias dentro do site. Há também um direcionador para os marcadores do site e banners de outros blogs do curso de Jornalismo da UniBrasil. Para facilitar a ideia de que o blog é um registro histórico das atividades culturais da cidade, há também, do lado direito, um arquivo separado por data das publicações do site. Há também uma caixa de

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Blog de Notícias.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Jornalismo, email: thayna.peres2013@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: stancki@gmail.com.

“curtir” indexada para a conta do portal de notícias Capital da Notícia, que integra o Capital Cultural a rede de produtos laboratoriais da graduação de Jornalismo.

A indicação dos repórteres é sempre produzir conteúdos com texto, foto e vídeo. Nem todos conseguem, mas a maioria das postagens apresenta ao menos um slideshow do Flickr e um registro feito com câmeras amadoras dos acontecimentos narrados no texto.

CONSIDERAÇÕES

Como resultado, o jornal Capital Cultura (<http://jornalcapitalcultura.blogspot.com.br> e <https://medium.com/@capitalcultura>) propiciou aos alunos a produção de jornalismo cultural – estimulando a experiência com textos críticos e noticiosos, além de conteúdos multimídias, como vídeos e fotos. As 135 postagens renderam, até dezembro de 2015, cerca de 20 mil visualizações. A maioria delas nos períodos em que os textos foram colocados no ar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FARO, José Salvador. Nem tudo que reluz é ouro. In: **Comunicação & Sociedade - Opinião Pública na Idade Mídia**. Universidade Metodista de São Paulo. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view>>. Acesso em 18 de agosto de 2012.

MELO, José Marques. **Indústria Cultural, Jornalismo e Jornalistas**. In: Revista Brasileira de Comunicação, ano XIV. Julho/Dezembro de 1991.

KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo**. Geração Editorial, São Paulo, 2003.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Blog de Notícias.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Jornalismo, email: thayna.peres2013@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: stancki@gmail.com.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Blog de Notícias.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Jornalismo, email: thayna.peres2013@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: stancki@gmail.com.