

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico

Evento: XXI Jornada de Pesquisa

OS BLOGS COMO NOVA POSSIBILIDADE DE TRABALHO PARA O JORNALISTA¹

Ana Louíse Diel², Marcio Da Silva Granez³.

¹ Projeto de pesquisa realizado no curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UNIJUI

² Aluno do Curso de Graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UNIJUI, ana.louise_diel@hotmail.com.

³ Professor do Curso de Jornalismo da UNIJUI, marcio.granez@hotmail.com.

Introdução

Os campos de trabalho disponíveis para o jornalista bem como o jornalismo digital são assuntos que se relacionam. Com o advento da internet e das redes sociais (RECUERO, 2009) uma nova forma de comunicar e de fazer jornalismo começou a aparecer. Os meios de comunicação tiveram que se reinventar, o que para os profissionais da área da comunicação representou a oportunidade para trabalhar com conteúdos digitais. Para o jornalismo em geral aconteceu um processo de expansão e evolução em que a internet serve como ferramenta para atrair os leitores.

A ascensão da internet trouxe mudanças para a vida social (COSTA, 2014). Para muitas pessoas o jornal impresso deu lugar ao jornal digital, que pode ser acessado por computadores, tablets, smartphones, entre outras plataformas. Assim, surgiu também a interação com o leitor e as informações passaram a ser transmitidas com mais velocidade. O digital requer um imediatismo muito maior.

Com as inúmeras possibilidades de canais disponíveis para obtenção das informações, entra-se no conceito da produção multimídia e também da transmídia, em que diferentes mídias passam a transmitir variados conteúdos. Assim, os meios se complementam. É o que sugere Henry Jenkins sobre a interação entre as mídias, os conteúdos e os leitores:

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de uma narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor. A lógica econômica de uma indústria de entretenimento integrada horizontalmente - isto é, uma indústria onde uma única empresa pode ter raízes em vários diferentes setores da mídia - dita o fluxo de conteúdo pelas mídias. Mídias diferentes atraem nichos de mercados diferentes. (2009, p. 138)

Nas mídias digitais, devido a sua facilidade de acesso e uso, os blogs ganham cada vez mais espaço entre os internautas. Considerados como uma mídia prática e de manuseio simplificado, eles podem ser criados até mesmo em plataformas gratuitas, como no caso do wordpress e do blogger, o famoso blogspot. Opção versátil para os jornalistas que desejam trabalhar com conteúdo de marca, por exemplo. Por conta dessa facilidade, os blogs são o foco principal desta pesquisa.

As redes sociais e a internet como um todo representam um novo modelo de negócio. Para os veículos de comunicação impressos é possível, e necessário, encontrar maneiras de ligar o tradicional às novas tendências de comunicação e acessibilidade do mercado. Caio Túlio Costa explica:

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico

Evento: XXI Jornada de Pesquisa

Apesar do mal estar que ronda as empresas jornalísticas, há razões para estar otimista. Se as duas últimas décadas foram ruins e tanto exigiram na reengenharia dos produtos clássicos do jornalismo, em especial dos jornais impressos, a necessidade de mudança no modelo de negócio é visível. Não há mais como ignorar a realidade digital e, cada vez mais, as empresas tradicionais entendem que devem encarar o momento de disrupção. Antes de abordar a questão do uso das mídias sociais pelos jornais, é importante reforçar a questão da distribuição na economia digital, peça-chave do momento disruptivo. Isso porque a forma de distribuição também mudou em relação aos primeiros momentos da internet. E essas novas mudanças colocaram em xeque o formato site/portal como principal fator de rentabilização do negócio. (2014, p. 83)

Ou seja, as plataformas digitais são fundamentais também para a questão econômica dos veículos de comunicação. E, claro, por outros fatores, como opções de mídias informativas. É sobre os blogs como uma mídia informativa que nos detemos nesse estudo.

Como objetivo, a presente investigação busca situar e compreender o papel desempenhado pelos blogs, plataformas que surgiram como um novo meio de trabalho para o jornalista. O foco principal é entender de que forma o profissional pode fazer da plataforma o seu instrumento de trabalho e se seria este um exemplo do jornalista como um profissional que é também um empreendedor e dono do seu próprio negócio. Ainda, busca visualizar o uso da plataforma digital para a credibilidade e rendimento financeiro de um veículo de comunicação.

Metodologia

Este trabalho, ainda em fase de pesquisa exploratória, é parte de Trabalho de Conclusão de Curso, e será desenvolvido a partir de metodologia qualitativa (ZAMBERLAN, 2014), incluindo levantamento teórico inicial e observação empírica. Serão analisados blogs locais, e o trabalho dos jornalistas que estão por trás dessas plataformas. Os estudos serão feitos mediante análise de blogs mantidos por profissionais autônomos e também de blogs que fazem parte de grupos de comunicação. Com o intuito de compreender de que forma acontece a produção dos conteúdos e a rentabilidade em cada caso, a análise deverá desenvolver fatores como a escolha de assuntos a serem publicados, além de patrocinadores desses espaços, que garante o retorno financeiro para os profissionais.

Resultados e discussões

As primeiras impressões deste estudo, resultantes de análise exploratória, apontam que hoje em dia os blogs são plataformas evoluídas que apresentam diversas características que potencializam o trabalho do jornalista. São plataformas que associam vários recursos como texto, foto e vídeo (RECUERO, 2009). Através desse estudo, foi possível perceber que eles são um exemplo real da convergência das mídias, em que há uma relação entre práticas jornalísticas.

Assim como cresce o número de jornalistas que faz dos blogs seu espaço de trabalho, também cresce o número de empresas que possui um blog como forma de reforçar o marketing digital. E mais, além de representarem um reforço para a valorização de suas marcas, os blogs também são excelentes plataformas para potencializar o trabalho das mídias impressas.

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico

Evento: XXI Jornada de Pesquisa

Além de serem utilizados por veículos de comunicação, os blogs também estão sendo utilizados por outras empresas. Empresas essas que querem simplesmente um espaço para trabalhar conteúdo atrativo e informativo destinado a seus clientes. É possível perceber que muitas vezes é realizado um trabalho amador, mas também que os jornalistas enxergam que esse é um nicho de mercado a ser desenvolvido, da mesma forma que há jornalistas trabalhando dessa maneira, pois já visualizaram a oportunidade.

Conclusões

Através desse estudo é possível confirmar até o momento as constatações iniciais, de que os blogs representam uma plataforma mais informal, em que informações de diversos assuntos podem ser postadas. Eles são de fácil acesso, além de serem extremamente práticos. Então, mesmo o jornalista que não entende muito de tecnologia e sistemas pode abastecer a plataforma diariamente ou sempre que houver necessidade.

As plataformas sociais de networkig - rede de contatos -, como o Facebook, possuem maior número de usuários do que os blogs. Mas a relação dos blogs com essas redes, seguindo com o exemplo do Facebook, é que os conteúdos postados na plataforma podem ser compartilhados para a rede social. Então, as concepções de autores como Henry Jenkins (2009), quando se trata de assuntos como a transmídia, são verídicas. Os meios se relacionam. Para o leitor, isso é extremamente positivo. Muitos sites inclusive hospedam blogs. A exemplo disso, o site do Jornal Zero Hora e também do jornal O Globo.

Além de os veículos se utilizarem dos blogs para compartilhar notícias e fatos, a plataforma é também um espaço para desenvolver outra grande tendência da comunicação: o branded content - conteúdo de marcas. Uma ferramenta de marketing aliada à produção de bons textos feitos por jornalistas.

Concluindo, existem diferentes tipos de blogs, que vão de moda até mesmo os que assumem papel de site, sendo atualizados diariamente com notícias e acontecimentos. O mais importante: isso significa que as tecnologias e a internet estão sendo utilizadas em benefício do jornalismo, independentemente das transformações que aconteceram no exercício da profissão.

Palavras-chave

Ascensão da internet; transmídia; produção de conteúdo; blogs;

Referências Bibliográficas

ADNEWS. A migração do jornalista para a produção de branded content. Disponível em: <<http://adnews.com.br/midia/a-migracao-do-jornalista-para-a-producao-de-branded-content.html>>.

Acesso em: 21 Mai 2016.

COSTA, Caio Túlio. Um modelo de negócio para o jornalismo digital: como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado. Revista de Jornalismo ESPM. Abril, maio, junho 2014.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2ª Ed. São Paulo: Aleph, 2015.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ZAMBERLAN, Luciano et al. (Orgs.). Pesquisa em ciências sociais aplicadas. Ijuí: Editora UNIJUÍ, 2014. 208 p.

Modalidade do trabalho: Ensaio teórico
Evento: XXI Jornada de Pesquisa