



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE - ICA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO

LUCAS FREIRE FALCONERY

GERAÇÃO:

**ESPECIAL MULTIMÍDIA SOBRE A RELAÇÃO DE JOVENS DA PERIFERIA DE
FORTALEZA COM CONSUMO E CIDADANIA**

FORTALEZA

2021

LUCAS FREIRE FALCONERY

GERAÇÃO:

ESPECIAL MULTIMÍDIA SOBRE A RELAÇÃO DE JOVENS DA PERIFERIA DE
FORTALEZA COM CONSUMO E CIDADANIA

Relatório de elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof^a. Ms^a. Eugênia Melo Cabral.

LUCAS FREIRE FALCONERY

GERAÇÃO:

ESPECIAL MULTIMÍDIA SOBRE A RELAÇÃO DE JOVENS DA PERIFERIA DE
FORTALEZA COM CONSUMO E CIDADANIA

Relatório de elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof^ª. Ms^ª. Eugênia Melo Cabral.

Aprovado em: _____ / _____ / _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Ms^ª. Eugênia Melo Cabral (Orientadora)

Universidade Federal do Ceará

Prof^ª. Ms^ª. Dahiana dos Santos Araújo

Universidade de Fortaleza

Prof. Dr. Rafael Rodrigues da Costa

Universidade Federal do Ceará

A Deus.

À Maria Elizabete Freire de Oliveira, ou
Lizete, como gostava de ser chamada a minha
avó.

AGRADECIMENTOS

Minha família - agregada por aqueles a quem o afeto se mostra mais importante do que laços sanguíneos - foi determinante para o caminho até aqui. Eliziana Freire e Anastácio Falconery, mãe e pai, obrigado pelo esforço na minha criação. Rannádia e Rousianne Virgulino, minhas irmãs, eu agradeço por serem referências de boas pessoas e de profissionais extremamente dedicadas. Olívia Virgulino, a quem tenho a imensa sorte de chamar de mãe, obrigado por mudar minha vida para melhor. Gilmara Freire, minha prima, obrigado por tanta alegria e carinho comigo nesse tempo todo.

Obrigado aos meus amigos que seguem próximos mesmo com as mudanças que a vida traz. Natiara Lima, Raylla Ferreira, Dannilo Arruda, Hortência Nogueira e Mateus Soares, vocês são muito especiais na minha vida.

Agradeço pela amizade também aos parceiros conhecidos durante a graduação: Beatriz Rabelo, a Bia, Davi César, Francisco Félix, Januele Melo, ou Janu Ellen, e Lais Oliveira. Foi incrível compartilhar tantos aprendizados e momentos de felicidade com vocês. Obrigado Gorete Gomes, dona do melhor açaí de Fortaleza, que sempre nos abriga quando precisamos de força para cumprir com todas as demandas.

Obrigado aos profissionais generosos em me ajudar a crescer e em tornar as manhãs muito mais leves: Theyse Viana, Nicolas Paulino, André Costa, Bárbara Câmara, Lygia Azevedo e Camila Lima. Meu agradecimento especial à Karine Zaranza e à Dahiana Araújo por serem guias, além de inspiração de jornalistas sensíveis ao humano e de rigidez para tornar a notícia mais relevante e mais bem executada quanto possível. Agradeço também ao Sistema Verdes Mares pelo espaço de crescimento em um ambiente moderno e de formação constante durante meu estágio.

Nessa reta final, não poderia deixar de agradecer ao Thiago Reis, à Vanessa Amarante e à Bia por me apoiarem tanto. Gabriela Ramos e Theyse Viana, obrigado por seguirem me ensinando desde o início e consultarem o projeto.

Por fim, sou grato à Universidade Federal do Ceará por ser uma instituição tão transformadora e da qual tenho muito orgulho por sua relevância social. Agradeço aos professores dedicados e aos projetos que tive a honra de fazer parte. Meu muito obrigado à Eugênia Cabral por aceitar ser minha orientadora e aos professores integrantes da banca.

RESUMO

Na juventude, o ato de consumir ganha uma perspectiva mais ampla por estar atrelado, no sistema capitalista, à percepção de si em relação à sociedade - cenário ainda mais complexo ao se analisar indivíduos com baixo poder aquisitivo. Nisso, a formação da identidade cidadã de jovens da periferia passa por diversos âmbitos, como desigualdades de oportunidades, educação, mercado de trabalho, consumo consciente e influência das estratégias comerciais, sendo pautas debatidas no especial multimídia Geração. Partindo disso, o conteúdo jornalístico, detalhado em suas etapas neste relatório, foi planejado como espaço para narração de experiências dos personagens, apresentação de dados, análises e proposições de especialistas. Como finalidade, o trabalho busca reunir informações relevantes e de fácil entendimento para o público. Entendendo o potencial do Jornalismo de transformação social, o produto utiliza técnicas de apuração, entrevistas, análises de tabelas, hierarquização da informação e de planejamento visual, por exemplo. Conclui-se, aqui, a relevância de produzir novos conteúdos voltados para jovens como forma de levantar debates e auxiliar em decisões com reflexos por toda a vida adulta.

Palavras-chave: Jornalismo. Multimídia. Juventude. Consumo. Cidadania. Periferia.

ABSTRACT

In youth, the act to consume gains a broader perspective because it is linked, in the capitalist system, to the perception of oneself in relation to society - an even more complex scenario when analyzing individuals with low purchase power. In this way, the formation of the citizen identity of young people from the suburbs goes through several areas, such as inequalities of opportunities, education, the labor market, conscious consumption and the influence of commercial strategies, being discussed in the multimedia special Geração. Based on this, the journalistic content, detailed in its stages in this report, was planned as a space for narrating the experiences of the characters, presenting data, analyzes and propositions by specialists. As the purpose, the project seeks to gather relevant and straightforward information for its audience. Understanding Journalism's potential for social change, the product uses techniques of investigation, interviews, analysis of tables, hierarchy of information and visual planning, for example. The conclusion here is about the relevance of producing new content aimed at young people as a way of raising debates and assisting in decisions with reflections throughout adult life.

Keywords: Journalism. Multimedia. Youth. Consumption. Citizenship. Periphery.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.2	Objetivos	10
1.3	Justificativa	10
1.3.1	Formato	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO	13
3	SUPORTE ADOTADO	16
4	METODOLOGIA	18
5	ESTRUTURA DO TRABALHO	21
5.1	Projeto gráfico	22
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	25
	REFERÊNCIAS	26

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Título do especial multimídia Geração.....	23
Figura 2 – Paleta de cores aplicada no especial Geração.....	23
Figura 3 – Tipografias utilizadas no especial Geração.....	23

1 INTRODUÇÃO

O consumo serve para pensar e por meio disto é possível se perceber como cidadão - processo intensificado quando se é jovem. Em Fortaleza, no Ceará, onde este trabalho foi produzido, só os indivíduos entre 15 e 17 anos, anos iniciais da juventude, como considera o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), formam um grupo de mais de 140 mil moradores (FUNDAÇÃO ABRINQ, 2020). Grande parte desse contingente populacional está em áreas com baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e é impactada pelas desigualdades sociais históricas da cidade. Desta forma, o presente trabalho tem como tema a relação de jovens da periferia, em geral de menor poder aquisitivo, com consumo e cidadania.

Para o público, a falta de estabilidade financeira tem prejuízos complexos sobre diversas esferas como família, educação, cidadania e sua própria identidade, o que torna desafiador entender sobre consumo de bens nesse contexto. Sendo, então, uma área rica para a proposição de debates sobre as diferentes realidades vivenciadas por tais pessoas. A doutora em Educação Sônia Pereira (2017, p.3), em artigo sobre a política na vida de jovens dos bairros Parque Santa Filomena e São Cristóvão, ambos na periferia de Fortaleza, reflete sobre como o sistema capitalista atua na vida dos jovens: “O aumento exponencial da pobreza, o hiato alargado entre as classes e, principalmente, o fetichismo do consumo como forma preponderante de ascensão social apresentam um cenário caótico, especialmente para a juventude do século XXI”.

Assim, o especial multimídia objetiva reunir conhecimento relevante para quem está na juventude, com dados e análises de especialistas, além de entrevistados para compartilhar suas experiências.

O Jornalismo, então, como espaço para debate embasado em informações técnicas e na humanização por meio dos personagens, relacionados às estatísticas produzidas no Estado, se faz como ferramenta importante para contribuir com a transformação social. A produção do conteúdo jornalístico também se faz relevante para o autor por sua curiosidade sobre o tema e para aprendizados sobre questões técnicas referentes às diferentes linguagens utilizadas. Sobre esse assunto, a professora Suzana Barbosa (2013, p. 38), coloca que “como uma atividade criativa, o jornalismo desde há muito tem convivido, periodicamente, com o surgimento de plataformas, modelos e modos diferenciados para a elaboração de produtos”.

Os recursos comuns ao Jornalismo na internet contribuem para alcançar um potencial imersivo no conteúdo e didatizar questões referentes ao tema - dividido em sete abas no site. Sendo, então, usada boa parte dos elementos elencados por Ramón Salaverría (2014), como texto, fotografia, gráficos, ilustrações estéticas, vídeo e discurso oral.

1.2 Objetivos

O objetivo geral deste Trabalho de Conclusão de Curso é a realização de uma plataforma multimídia sobre experiências de jovens da periferia de Fortaleza com consumo e cidadania.

Entre os objetivos específicos está a elaboração de material jornalístico com uma contextualização social, econômica e ambiental relacionada ao consumo de bens e a percepção da identidade utilizando, para isso, uma linguagem acessível. O trabalho também se propõe a retratar os perfis indicados nas pesquisas sócio-econômicas por meio de personagens. Além disso, objetiva ser propositivo em suas problemáticas apresentadas com base em análises especializadas.

Outro objetivo a ser ressaltado na realização do trabalho é aproveitar as potencialidades do webjornalismo por meio de suas ferramentas multimídias. Assim, é possível ressaltar seu caráter didático para o público e destacar o projeto como atividade de formação para seu realizador. Portanto, são aplicadas diversas linguagens para o melhor aproveitamento do trabalho.

1.3 Justificativa

Compreender, ainda que de forma delimitada, a relação de jovens com o consumo de bens e as percepções sobre cidadania permite conhecer alternativas ao movimento de desigualdades sociais, que ganha maior velocidade no país. Na análise de Canclini (2008), o consumo de bens impacta a percepção do corpo de um indivíduo à sua forma de se comunicar. Nesta perspectiva, o diálogo entre dados relacionados ao perfil do consumidor e do trabalhador jovem cearense e as vivências de entrevistados se faz necessário para entender melhor o cenário geral.

Para que haja uma visão crítica sobre as formas de consumo, e da organização da sociedade, é preciso que as informações sobre o assunto sejam expostas e hierarquizadas de

modo elucidativo. Também é importante que este conteúdo seja acessível tanto em sua publicação quanto em sua linguagem. Deste modo, o trabalho justifica-se por representar uma forma de reflexão, de alerta e de proposição sobre consumo e desigualdades de oportunidades em um produto feito para o público alvo que está no centro do tema abordado.

Tal aspecto se torna mais relevante quando pensamos na informação como combustível para compreensão de um cenário e mobilização social - algo possível de se encontrar em diversas iniciativas nas periferias da Capital. Ao fazer uma contextualização histórica, a educadora Sônia Pereira (2017) destaca que esse movimento contribui para a visibilidade de questões específicas dos jovens.

No Brasil, se recortarmos a história política dos anos recentes e tomarmos a Constituição de 1988 como referência, identificamos classes e grupos sociais subalternos que buscaram afirmar seus interesses; que disputaram espaços na política para instituir a democracia participativa (uma redundância, mas que se explica quando nos referirmos aos mecanismos de participação, que não somente o voto nas eleições) com base em conselhos (paritários) e outros mecanismos, de modo a buscar, criar e consolidar seus direitos. É o caso da juventude, que no lastro de décadas de lutas sociais, emergiu como sujeito social, como protagonista de reivindicações e como categoria teórica nas pesquisas sociais. (PEREIRA, 2017, p.4)

Encontra-se por meio da atividade jornalística, assim, um espaço para organização do conhecimento e das reflexões sobre a temática, além da proposição de medidas com o objetivo de construir uma sociedade mais igualitária. José Marques de Melo, jornalista e pesquisador, coloca que o jornalismo possui um duplo papel para o público: o de alimentador dos processos de interação social e o de possibilitar a atividade de um indivíduo na sociedade "Cidadania e Jornalismo são inegavelmente duas faces de uma mesma moeda" (MELO, 1991, p.21).

Assim, o trabalho busca elucidar questões sócio-econômicas de modo a contribuir para a reivindicação por políticas públicas que visem diminuir a intensa disparidade na distribuição de renda, além de lançar ideias de planejamento pessoal. Também é importante despertar a importância da organização financeira e do consumo consciente - quando o cenário é propício para tal - como forma de guia para o bom uso do dinheiro.

Por fim, a curiosidade do autor sobre o assunto e a visão de jovens diversos a respeito da temática é um fator motivacional importante para a produção do especial multimídia. Entender que o projeto pode contribuir para o autoconhecimento e uma nova visão sobre consumo completa de forma aprazível esse processo.

1.3.1 Formato

A escolha do formato multimídia acontece em razão da popularidade do meio digital entre jovens - mesmo que ainda exista dificuldade de acesso às tecnologias por parte do público de baixa renda. Além disso, há maior facilidade e flexibilidade na organização das informações em um espaço virtual.

Face às limitações de multimedialidade dos meios analógicos anteriores, a Web oferece uma plataforma de enorme versatilidade para a integração de formatos textuais, gráficos e audiovisuais. Não é, portanto, de estranhar que após a irrupção da internet o conceito de jornalismo multimídia tenha alcançado especial protagonismo. De facto, graças à Web multiplicaram-se as possibilidades para o crescimento da narrativa. (SALAVERRÍA, 2014, p.32)

Cabe ressaltar, no entanto, que mesmo sem limitação de espaço, “não significa que os utilizadores estejam dispostos a dedicar todo o seu tempo a consumir informação”. (SALAVERRÍA, 2014, p.32). Reflexão necessária para balancear o conteúdo veiculado.

Portanto, a escolha da plataforma contribui para um maior engajamento na exploração do conteúdo produzido como reportagens multimídias. Raquel Longhi (2017) reflete sobre tal como conceito como produto mais imersivo, seja em texto ou imagem.

De fato, a exploração das potencialidades expressivas da hipermídia pelo jornalismo online vem crescendo ao longo de pouco mais de 20 anos de Jornalismo na internet, mas configura-se como inovadora a partir do momento em que efetivamente trabalha as características intrínsecas do meio para garantir conteúdos próprios. (LONGHI, 2017, p. 37)

Tais potencialidades podem ser melhor exploradas em um site por sua capacidade de, além de agrupar texto, imagem, vídeo e som, pode utilizar com maior facilidade as ferramentas interativas características do Webjornalismo.

Além disso, o processo produtivo para um especial multimídia contribui para a prática de habilidades exigidas na atuação profissional. Segundo Salaverría (2014, p. 27), “Este processo de multiplicação de disciplinas foi propiciado por múltiplos fatores, entre os quais se destacam especialmente a convergência das tecnologias digitais e a reconfiguração das empresas jornalísticas”. Assim, busca-se desenvolver habilidades textuais, roteirização, captação e edição de imagens, por exemplo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Um ponto em comum a todos os indivíduos de uma sociedade é a necessidade de consumo, seja esta para suprir demandas básicas ou para satisfazer desejos secundários. Todavia, os produtos e os serviços adquiridos por uma pessoa não possuem apenas valor econômico, mas também significados sociais. Conforme o antropólogo Néstor García Canclini (2008), em sua obra *Consumidores e Cidadãos*, o ato de consumir vai além de impulsos mercadológicos ou de algo supérfluo e, ao escolher um produto, o indivíduo define o que lhe é publicamente valioso, de modo a se integrar e se distinguir na sociedade.

Desta forma, podemos entender que o poder de compra influencia a percepção que um indivíduo tem de si mesmo e a consciência de sua posição na sociedade. Quando pensamos sobre as desigualdades sociais marcantes na população brasileira, em que o Ceará não foge à regra, o consumo - e a participação cidadã que se tem em sua decorrência - se apresenta de formas muito distintas, de acordo com o perfil de cada sujeito.

Para Canclini (2008), existe uma descrença nas estruturas políticas governamentais, no que o consumo se torna um exemplo mais prático, e próximo, da atividade política para as pessoas. Nisto, é preciso entender quais são os impactos que o consumo impõe às pessoas de diferentes realidades para entender como os indivíduos se adequam ao sistema.

Consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo. A importância que as demandas pelo aumento do consumo e pelo salário indireto adquirem nos conflitos sindicais, e a reflexão crítica desenvolvida pelas associações de consumidores são evidências de como o consumo é pensado pelos setores populares. (CANCLINI, 2008, p. 62)

Nesta relação que os indivíduos desenvolvem com o consumo, é interessante notar que, ainda que a compra ou utilização de serviços seja mais valorosa quando é exclusiva à determinado grupo, é relevante que todos os membros da sociedade entendam o significado de determinado bem. Canclini (2008), neste sentido, diz que é necessário que a maioria dos membros de uma sociedade compartilhem o significado dos bens, e não apenas os mais abastados, para que de fato o consumo sirva para diferenciação grupal.

Torna-se evidente no cotidiano, dessa forma, que as desigualdades sociais afetam negativamente a percepção que uma parcela de indivíduos menos favorecidos têm de si como cidadão com direitos coletivos. Este movimento ganha maior escala de modo a agravar esses efeitos prejudiciais àqueles que possuem menor poder aquisitivo.

Coloca-se, pois, de outra maneira a crítica ao consumo como lugar irrefletido e de gastos inúteis. O que ocorre é que a reorganização transnacional dos sistemas simbólicos, feita sob as regras neoliberais de máxima rentabilidade dos bens de massa, gerando a concentração da cultura que confere a capacidade de decisão em elites selecionadas, exclui as maiorias das correntes mais criativas da cultura contemporânea. (CANCLINI, 2008, p. 69)

Em um recorte regional, a pesquisadora Sônia Pereira apresenta resultados do projeto realizado em 2017 nos bairros Santa Filomena e São Cristóvão. Em sua contextualização, ela coloca que a juventude, como ação humana, também se pauta na busca do bem comum, na valorização do consenso e da comunicação.

Uma primeira impressão nos acomete ao sistematizarmos as informações de campo, qual seja: os jovens da região periférica de Fortaleza não usufruem da cidade exercendo direitos previstos constitucionalmente, o que os instala em uma situação de jovens cidadãos de segunda categoria. Essa condição juvenil insere-se em um contexto que embrutece os seres humanos, se tomarmos como referência o seu contrário, que é a dignidade humana, isto é, o direito de viver a cidade, de ter acesso às políticas públicas como um direito humano, de cidadania. (PEREIRA, 2017, p.7)

Assim, percebe-se a existência de um ciclo em que as pessoas de menor poder aquisitivo não possuem muitas alternativas de ascender economicamente e, nesse processo, os prejuízos para essa parcela da população são notáveis. Desta forma, o Jornalismo se propõe a tornar de fácil compreensão questões importantes sobre o funcionamento do governo e do mercado. Conforme, Kucinski (apud. SALDANHA, 2012, p. 4), “O desafio do jornalista está em reportar e analisar, transmitir opiniões de economistas e governo, sem usar linguagem que as pessoas comuns não entendam, e sem violar os conceitos criados pelos economistas”.

Para isso, como explica Leite (2010) um suporte para alcançar esse objetivo está no uso de ferramentas como tabelas, infográficos, quadros explicativos, entre outros formatos que cresceu muito dentro do contexto brasileiro. Jacobini (2008) aponta que nos jornais de maior audiência, o jornalismo econômico traz uma simplificação da notícia com recursos além do textual. “Cada vez mais aproximá-la da realidade do leitor mesmo com o risco de reduzir gradualmente o lado da compreensão profunda do que acontece na esfera econômica”. (apud. SALDANHA, 2012).

Neste contexto, é preciso realizar um bom planejamento ao elaborar este tipo de conteúdo, como destaca o professor Ramón Salaverría, de modo que o resultado seja harmonioso. “Para que a informação multimídia seja atrativa e inteligível para o público é necessário que os elementos que a compõem estejam devidamente interligados. O texto, o

som, as imagens e o vídeo, assim como outros elementos que possam surgir no futuro”.
(SALAVERRÍA, 2014, p.32).

3 SUPORTE ADOTADO

O professor e pesquisador João Canavilhas (2003) reflete que o jornalismo online é uma transposição dos veículos existentes, como rádio, impresso e TV, ao espaço na internet. Sendo o webjornalismo, na verdade, algo capaz de explorar as potencialidades para oferecer um produto novo. Com isso, o suporte pode se utilizar da mescla de linguagens para complementar a informação e dar um caráter mais profundo. “E a ser a assim, a internet, por força de poder utilizar texto, som e imagem, em movimento, terá também uma linguagem própria, baseada em suas potencialidades do hipertexto e construída em torno de alguns dos conteúdos utilizados nos meios existentes” (CANAVILHAS, 2003, p. 64)

Assim, passo a chamar webjornalismo ao jornalismo que se pode fazer na web. A introdução de diferentes elementos multimídia altera o processo de produção noticiosa e a forma de ler. Perante um obstáculo evidente, o hábito de uma prática de leitura linear, o jornalista tem de encontrar a melhor forma de levar o leitor a quebrar as regras de recepção que lhe foram impostas pelos meios existentes. O grande desafio feito ao webjornalismo é a procura de uma “linguagem amiga” que imponha a webnotícia, uma notícia mais adaptada às exigências de um público que exige maior rigor e objectividade. (CANAVILHAS, 2003, p.64)

João Canavilhas (2003) cita estudo feito por Jacob Nielsen e John Morkes em que há a indicação de 79% dos usuários da internet não lerem todas as palavras de um conteúdo. Assim, nasce a sugestão dos autores do “texto esquadrinhável”: estratégia para uso de termos destacados, utilização de subtítulos, parágrafos concisos, por exemplo.

Quanto ao uso de recursos sonoros, o pesquisador aponta que há um destaque de credibilidade e de objetividade à notícia - sendo esta a especificidade da linguagem radiofônica acrescida ao webjornalismo. Já no uso do vídeo, “os materiais jornalísticos mais apropriados para acompanhar uma notícia são as declarações de intervenientes ou de especialistas nas matérias em questão”. (CANAVILHAS, 2003, p. 70)

Vale acrescentar aqui algumas características referentes ao podcast, por ser uma linguagem utilizada no especial multimídia. Como conceituam, Luiz; Assis; Salvez; Guanabara, (2010, p.2) “Em linhas gerais, podcasts são programas de áudio, cuja principal característica é o formato de distribuição que os diferencia dos programas de rádio tradicionais e até de audioblogs e similares, o podcasting”.

Os autores colocam que os podcasts ganham forte adesão no meio digital e, após alguns anos da publicação, se faz ainda mais notória essa popularidade com, inclusive, a entrada de grandes meios de comunicação para a chamada podosfera. Também fica evidente a

autonomia do público, ao poder escolher o tema de interesse antes de ouvir o conteúdo. “Como o podcast também possui a característica de permitir o acesso a programas antigos, as possibilidades de distribuição de informação se ampliam, já que o ouvinte pode buscar um episódio antigo que contenha determinado assunto de seu interesse” (LUIZ, ASSIS, SALVEZ, GUANABARA, 2010, p. 6)

4 METODOLOGIA

A produção do especial multimídia Geração começou com a pesquisa de conteúdos relacionados ao tema atrelada à revisão bibliográfica, como forma de nortear o trabalho e sua execução. As primeiras ideias do projeto surgiram com a realização da disciplina “Globalização e Culturas Contemporâneas”, ministrada no curso de Comunicação Social - Publicidade, da Universidade Federal do Ceará. Na ocasião, o texto “O Consumo Serve Para Pensar”, do antropólogo Néstor García Canclini, despertou o interesse do autor deste projeto de conclusão de curso por saber como a teoria se apresenta em vivências. De tal forma, foi feita uma seleção de reportagens, artigos acadêmicos e livros para entender como o projeto poderia ser estruturado.

A professora Tatiana Gerhardt (2009, p. 37) destaca que “qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto”. Este consiste no levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas. Também há a pesquisa documental que, nos mesmos moldes da pesquisa bibliográfica, se atém às fontes mais diversificadas como reportagens jornalísticas, relatórios, tabelas estatísticas entre outros. (FONSECA, 2002, p. 32 *apud* GERHARDT, 2009, p. 37)

Em seguida, foi estabelecida uma lista de fontes de especialistas do tema, por meio de contato com a assessoria de comunicação da Universidade Federal do Ceará, além de indicações e nomes já conhecidos pelo autor. Todas as informações, como resumo do currículo, foram organizadas em uma planilha que se tornou a agenda interna do especial. Como atividade da disciplina “Técnicas de Investigação Jornalística”, foi feito o projeto do especial com as suas divisões de pautas e sugestões de recursos a serem utilizados.

A primeira etapa de execução do projeto aconteceu com a realização de uma roda de conversa sobre consumo e cidadania no Centro Urbano de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (Cuca) Mondubim, por meio da bibliotecária da instituição. Na ocasião, participaram 23 jovens de bairros periféricos e de realidades diferentes. O momento foi guiado por uma lista de perguntas, previamente estabelecida, em que cada um podia dar sua opinião seguindo a ordem de posição, mas com abertura para abordagem de outras temáticas ou contraponto com o que se dizia.

As educadoras Moura e Lima (2014) conceituam do que se trata a roda de conversa, no âmbito da pesquisa narrativa, como uma forma de produzir dados em que o pesquisador se

insere como sujeito da pesquisa. Além de ser instrumento de partilha de experiências em um processo mediado, por meio “de diálogos internos e no silêncio observador e reflexivo” (MOURA;LIMA, 2014, p.99).

Quando utilizadas como instrumento de pesquisa, uma conversa em um ambiente propício para o diálogo, em que todos possam se sentir à vontade para partilhar e escutar, de modo que o falado, o conversado seja relevante para o grupo e suscite, inclusive, a atenção na escuta. Nas rodas de conversa, o diálogo é um momento singular de partilha, porque pressupõe um exercício de escuta e de fala, em que se agregam vários interlocutores, e os momentos de escuta são mais numerosos do que os de fala. As colocações de cada participante são construídas por meio da interação com o outro, seja para complementar, discordar, seja para concordar com a fala imediatamente anterior. (MOURA; LIMA, 2014, p.100)

Além de contribuir para a reflexão e troca de experiências entre os participantes, a roda de conversa ajudou o autor a entender o assunto de um ponto de vista mais plural. Foi feito um registro com os jovens presentes no evento e realizada seleção daqueles que poderiam ilustrar bem as pautas escolhidas para o especial. Após a roda de conversa, essas fontes foram abordadas sobre a proposta do material.

As entrevistas, planejadas para execução presencial, tiveram de acontecer majoritariamente por telefone - devido aos riscos sanitários causados pela pandemia do novo coronavírus, confirmada em março de 2020 em Fortaleza. Também aconteceram entrevistas por videochamada, de acordo com a possibilidade de tempo e de recursos da fonte, e também por troca de mensagens na rede social Instagram de um personagem, que estava sem telefone à época.

A jornalista Cremilda Medina (2004), sobre o processo de entrevista, indica bom preparo da pauta, com a leitura de materiais já publicados sobre o assunto, e ter a chamada personalidade dialógica do entrevistador, em que há habilidade para conduzir bem a entrevista e conectar as perguntas, além de enxergar o entrevistado de uma forma sensível quanto à sua postura. “O entrevistador tem de encarar o momento da entrevista como uma situação psicossocial, de complexidade indiscutível” (MEDINA, 2004, p.29). Aspectos considerados para a apuração do material veiculado.

Todas as entrevistas foram transcritas e sinalizadas com os períodos de tempo do áudio ou do vídeo para a seleção dos trechos a comporem o conteúdo em texto escrito, botões de áudios, podcasts e falas em vídeos, por exemplo. Assim, cada reportagem e cada roteiro foi construído e registrado em uma pasta digital para o controle e a edição feitos pela orientadora do especial. Durante a conversa com as fontes, também eram solicitadas

fotografias e demais registros que contribuíssem para a composição do site, já que as restrições para encontros presenciais continuou válida durante todo o período de produção.

Para a construção das páginas na internet, foi feito um esboço da diagramação pretendida, além da definição da paleta de cores, e criadas contas de e-mail, de ferramentas para infografia, canal de vídeos no YouTube, armazenamento de áudios no SoundCloud e hospedagem no criador de sites Wix.

A edição do conteúdo aconteceu por meio de softwares do pacote Adobe, como Adobe Premiere, para áudios e vídeos, feitas pelo autor, e Adobe Photoshop, para a construção das colagens criadas pela graduanda em Jornalismo, Beatriz Rabelo. Os recursos da plataforma Wix foram usados para a elaboração das infografias, com auxílio da geração de gráficos feitos no Infogram. Também foi usada a plataforma Genially para a construção de um quiz. Para completar, foram produzidas ilustrações de modo a contribuir com a criação da identidade visual, a compor as infografias e a tornar o material mais visualmente interessante. As artes são de autoria de Thiago Reis e foram pensadas em diálogo com o autor.

Além de ser importante a escolha das pautas baseadas na relevância pública, é fundamental organizar as informações de modo atrativo e claro. Portanto, durante o processo de apuração foi feita a triagem de como as informações seriam distribuídas pelo especial, considerando formato e linguagem. “Muitas vezes, hierarquizar os elementos multimídia consiste, sobretudo, em determinar qual é a linguagem que melhor se adequa à transmissão desse conteúdo” (SALAVERRÍA, 2014, p. 43).

5 ESTRUTURA DO TRABALHO

O especial multimídia Geração está dividido em cinco eixos principais: desigualdades sociais, educação, mercado de trabalho, sustentabilidade e comportamento do consumidor. Assim, cada tópico recebe uma aba própria para o desenvolvimento do conteúdo. São reportagens, artigo de opinião, entrevista pingue-pongue, infográficos, ilustrações, áudios, vídeos, links, podcasts, dentre outros elementos na sua composição.

A primeira aba do site apresenta o título e o subtítulo do projeto, juntos com a ilustração produzida para a capa. Segue, então, o texto de caráter introdutório produzido pela repórter Theyse Viana, atuante no jornal Diário do Nordeste, que foi convidada para conferir e contribuir com o material. Também foi destinado espaço para o expediente onde há a apresentação do autor do projeto, Lucas Falconery, da orientadora, Eugênia Cabral, do ilustrador, Thiago Reis e da diretora de imagem, Beatriz Rabelo, que produziu colagens para as capas das abas das reportagens - além de opinar e sugerir melhorias sobre a diagramação do site feita pelo autor.

Seguindo a ordem de publicação, vem a primeira reportagem que trata sobre a permanência das desigualdades sociais nas famílias de menor poder aquisitivo - o chamado Ciclo Intergeracional da pobreza, que dá nome à página. Assim, são explanados dados populacionais, de distribuição de renda e feita explicação sobre o conceito de pobreza e de extrema pobreza. Especialista e personagem contribuem com análises da pauta. Além disso, essa seção traz um artigo de opinião escrito pela graduanda em Psicologia Vanessa Amarante, sobre a sua percepção do tema. A autora conclui sua graduação neste período com uma monografia sobre as perspectivas para o futuro de jovens mulheres da periferia - contexto em que ela também se enquadra por morar na Barra do Ceará, bairro periférico da cidade. Esses foram critérios considerados pelo autor para o convite à participação no especial.

Na sequência, Educação e Cidadania é espaço para o debate sobre aumento de estudantes egressos de escolas públicas no Ensino Superior das redes privada e pública. Apesar do dado positivo, como contextualiza a especialista ouvida pela reportagem, é necessário criar estratégias para que os estudantes tenham melhores condições para se dedicar à graduação. Personagem traz suas vivências na faculdade e a Secretaria da Educação do Ceará repercute os dados. Também há reportagem sobre iniciativas nas escolas públicas do

Ensino Médio com propostas mais holísticas de formação focada em cidadania e promoção do bom relacionamento interpessoal.

As pautas relacionadas ao Mercado de Trabalho também ganharam uma aba específica onde o início da discussão diz respeito ao aumento da taxa de jovens fora da força de trabalho em razão da pandemia do novo coronavírus. Com dados estratificados pelo Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (Ipece), a reportagem ouviu um dos responsáveis por analisar as informações. Os personagens contam sobre as dificuldades de inserção no mercado de trabalho e os desafios para quem é da periferia.

Na aba Pensamento Sustentável, a primeira reportagem aborda como jovens de bairros periféricos, e com baixo orçamento, alteram seus padrões de consumo com base em critérios ambientais. Análise de especialista no assunto destaca que a sustentabilidade deve ser uma questão de comportamento do consumidor e não algo imposto pela falta de renda. Para completar, a seção traz uma iniciativa formada por jovens universitários que buscam a transformação cidadã de espaço público visando o equilíbrio ambiental.

Já na seção Relações de Consumo, está disponível uma entrevista pingue-pongue com uma professora de Marketing abordando como os indivíduos com baixo orçamento são impactados pelo estímulo ao consumo. Também é debatido como o consumo de bens traz a sensação de pertencimento, como as estratégias comerciais são planejadas para atingir os jovens e como grupos de referência influenciam as escolhas do público em questão.

Por fim, a última aba reúne todos os episódios do Podcast Geração, distribuídos ao longo das seções. Os temas são desigualdade de oportunidades, funcionamento da Rede Cuca, mudanças no mercado de trabalho e orientações para jovens, panorama sobre ideias sustentáveis e, por último, planejamento financeiro para jovens com baixa renda.

Cabe acrescentar que o site foi adaptado para sua visualização em *smartphones* seguindo o mesmo padrão gráfico, mas com pontuais alterações necessárias devido aos recursos disponibilizados pelo Wix e pela resolução diferenciada da tela de celular.

5.1 Projeto gráfico

Para o especial multimídia Geração foi pensada uma diagramação em que se prioriza a harmonia entre os elementos e as cores - criando um ambiente de fácil visualização das

informações. Os recursos para a construção dos infográficos e dos ícones, em sua maioria, são retos e em formatos simples. Algumas referências das redes sociais, como fotos arredondadas, nome escrito em letras minúsculas e sem espaçamento, foram associadas ao site. Bem como as cores, sendo o exemplo mais evidente o azul, que é usado tanto no Facebook quanto no Twitter. As demais cores foram pensadas em tons comumente relacionados ao público jovem como o amarelo, roxo e o vermelho.

Figura 1 - Título do especial multimídia Geração

GERAÇÃO

Figura 2 - Paleta de cores aplicada no especial Geração

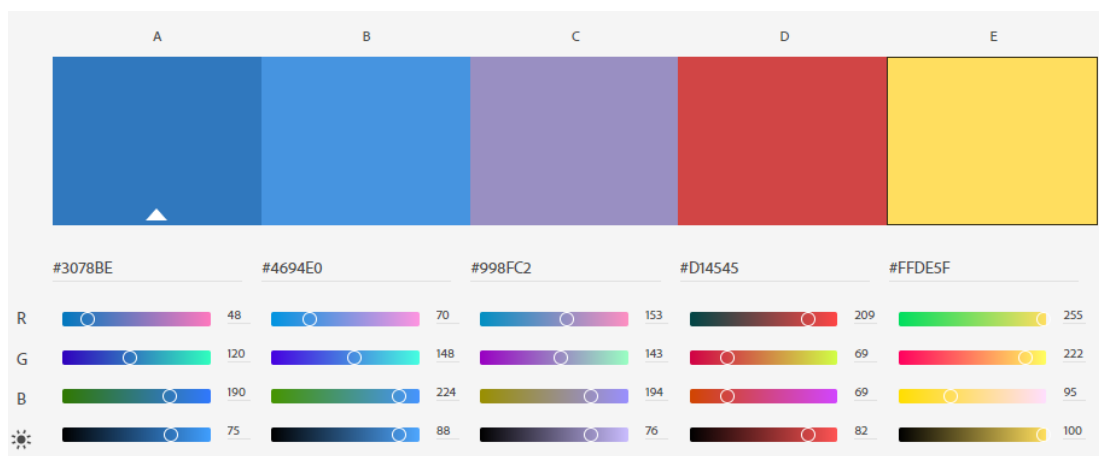


Figura 3 - Tipografias utilizadas no especial Geração

LULO CLEAN
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Montserrat
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789

Avenir Light
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789

A escolha das tipografias foi feita no acervo do criador de sites Wix, priorizando a legibilidade e a harmonia entre os formatos. As famílias Lulo Clean, Montserrat e Avenir Light foram utilizadas em todo o especial, variando seus pesos e tamanhos, de modo a dar destaques, contrastes e facilitar a leitura.

Título do site: Lulo Clean 90

Sessões: Lulo Clean 42

Títulos reportagens: Montserrat bold 36

Abres reportagens: Avenir Light 21

Textos: Avenir Light 19

Legendas/créditos: Montserrat 13

Menu: Avenir bold 15

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização do especial multimídia Geração tornou ainda mais evidente para o autor a necessidade de se produzir conteúdos jornalísticos voltados para jovens - com destaque para aqueles em situação de vulnerabilidade social - como estratégia para fomentar debates relevantes voltados a esse público. Por meio das histórias é possível se identificar com determinada realidade e, com apoio de análises especialistas, entender quais são os caminhos até a redução das desigualdades de oportunidades.

Tal público se encontra em momento decisivo em diversas esferas, como escolha profissional, opção pelo estudo ou pelo trabalho, e o início do consumo mais acentuado por acessar salário e crédito. Todo este cenário deve ser acompanhado de orientação e de sugestões especializadas.

O aspecto do Jornalismo como instrumento de transformação social e de compreender a informação como recurso valioso para a tomada de decisões acertadas, foram fatores considerados pelo autor do projeto na escolha do curso de graduação. Neste momento de conclusão, perceber de forma prática as potencialidades de tais características é motivo de alegria e de empolgação para novas experiências na área.

Como visto ao longo da formação, e na leitura dos textos acadêmicos para a construção do projeto, aproveitar essas possibilidades do Jornalismo exige uma compreensão da melhor linguagem e do formato para alcançar o público. Ainda que o propósito e as técnicas de apuração não sofram grandes alterações, se faz necessária a atualização dos temas de interesse e de relevância.

Adaptar a rotina produtiva às limitações trazidas pela pandemia do novo coronavírus também se coloca como um grande desafio para a realização de um especial multimídia. Por vezes, o barulho dos carros, de animais domésticos e do som alto na vizinhança se refletiu na captação de áudios e vídeos. A logística para os encontros virtuais também precisou ser compreendida de modo a adequar os horários e ambientes. Perceber detalhes do que era expresso pelos entrevistados também exigiu mais atenção devido à impossibilidade dos encontros presenciais.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João (org.). **Notícias e Mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013. Cap. 1. p. 33-54. Disponível em:
https://labcom.ubi.pt/ficheiros/20130404-201301_joaocanavilha_noticiasmobilidade.pdf. Acesso em: 28 mar. 2021.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 7. ed. Rio de Janeiro: Editora Ufrj, 2008. 227 p.
- CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**. Considerações gerais sobre jornalismo na web. In: FIDALGO, Antonio; SERRA, Paulo (Org.). **Informação e Comunicação Online**. Covilhã: Livros Labcom, 2003. p. 63-74. Disponível em:
 <http://www.labcomifp.ubi.pt/ficheiros/20110829-fidalgo_serra_ico1_jornalismo_online.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2021
- FUNDAÇÃO ABRINQ. **Observatório da Criança**. 2020. Disponível em:
<https://observatoriocrianca.org.br/cenario-infancia/temas/populacao/1048-estratificacao-da-populacao-estimada-pelo-ibge-segundo-faixas-etarias?filters=1,1623;984,1623;984,1626>. Acesso em: 06 set. 2020.
- GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (org.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009. 115 f. Disponível em:
<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2021.
- LONGHI, Raquel Ritter; FLORES, Ana Marta M.. Narrativas webjornalísticas como elemento de inovação: casos de Al Jazeera. Folha de S.Paulo. The Guardian. The New York Times e The Washington Post. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, [s.l.], v. 40, n. 1, p.21-40, abr. 2017. FapUNIFESP (SciELO).
<http://dx.doi.org/10.1590/1809-5844201712>. Disponível em:
 <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v40n1/1809-5844-interc-40-1-0021.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2019.
- LONGHI, Raquel. (2015). O turning point da grande reportagem multimídia. Revista FAMECOS. 21. 897. 10.15448/1980-3729.2014.3.18660.
- LUIZ, Lucio; ASSIS, Pablo de; SALVES, Déborah; GUANABARA, Gustavo. O podcast no Brasil e no mundo: democracia, comunicação e tecnologia. In: SIMPÓSIO NACIONAL ABCIBER, 4., 2010, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Eco/Ufrj, 2010. p. 1-15. Disponível em:
https://www.academia.edu/3258035/O_podcast_no_Brasil_e_no_mundo_democracia_comunica%C3%A7%C3%A3o_e_tecnologia. Acesso em: 31 mar. 2021.
- MARQUES DE MELO, José. Indústria Cultural, Jornalismo, Jornalistas. **Revista Brasileira de Comunicação**, São Paulo, ano 14, n. 65, p. 20-29, jul/dez 1991.
- MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Editora Ática, 2004. 96 p.

MOURA, Adriana Ferro; LIMA, Maria Glória. A REINVENÇÃO DA RODA:: roda de conversa: um instrumento metodológico possível. **Revista Temas em Educação**, João Pessoa, v. 23, n. 1, p. 98-106, jan/jun 2014. Disponível em: <https://periodicosonline.uems.br/index.php/interfaces/article/view/448/414>. Acesso em: 31 mar. 2021.

PEREIRA, Sônia et al. A política na vida de jovens da periferia de Fortaleza-CE: compreensão e formas de expressão nos bairros Parque Santa Filomena e São Cristóvão. **Anais III JOIN / Edição Brasil...** Campina Grande: Realize Editora, 2017. Disponível em: <<https://www.editorarealize.com.br/index.php/artigo/visualizar/49464>>. Acesso em: 30.mar. 2021

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom, 2014. Cap. 2. p. 25-50.

SALDANHA, Felipe Gustavo Guimarães. Jornalismo Econômico: O Desafio de Simplificar sem Comprometer a Profundidade. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 35., 2012, Fortaleza. **Anais eletrônicos...** Fortaleza: Intercom, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-2354-1.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2019.