

UNESP – UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA  
DSCO – Departamento de Comunicação Social  
FAAC – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação  
Curso de Jornalismo

**Juliana Bossin Garcia**  
**Maria Letícia Marques Barbosa**

## **RELATÓRIO DO PROJETO EXPERIMENTAL**

Blog Que tal, menina? ([quetalmenina.com](http://quetalmenina.com))

Bauru, 2015

**Juliana Bossin Garcia**

**Maria Letícia Marques Barbosa**

## **RELATÓRIO DO PROJETO EXPERIMENTAL**

Blog Que tal, menina? ([quetalmenina.com](http://quetalmenina.com))

Projeto Experimental apresentado em cumprimento parcial às exigências do Curso de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, do Departamento de Comunicação Social da UNESP - Universidade Estadual "Júlio de Mesquita Filho", para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social-Jornalismo.

Orientadora do Projeto Experimental:  
Prof. Dra. Angela Maria Grossi de Carvalho

Bauru, 2015

**Juliana Bossin Garcia**  
**Maria Letícia Marques Barbosa**

**BLOG QUE TAL, MENINA?**

Projeto Experimental apresentado em cumprimento parcial às exigências do Curso de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, do Departamento de Comunicação Social da UNESP- Universidade Estadual “Júlio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social- Jornalismo.

**Bauru, de de 2015.**

---

Profª Dra. Érika de Moraes

Membro da Banca Examinadora

---

Profº Dr. Denis Porto Renó

Membro da Banca Examinadora

---

Profª Dra. Angela Maria Grossi de Carvalho

Orientadora e presidente da Banca Examinadora

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais, Albanita e Marcelo, meu padrasto e minha madrastra, Raul e Simone, pelo amor incondicional, por terem apoiado e me dado condições de realizar o meu sonho e por me deixar voar sozinha aos 17 anos.

Aos meus irmãos, Beatriz e Felipe, por terem aceitado a minha ausência em tantos momentos e por todo amor que vocês têm por mim. Mesmo longe, os levo em meu coração a todo momento.

À minha família, vô Maurílio, vó Raimunda, vó Neyde, tia Deise e primo Arthur por cuidarem tanto de mim durante os anos em que estive em Bauru.

Ao meu namorado, Vinicius, que nos últimos dois anos se tornou meu melhor companheiro, amigo e porto seguro. Obrigada por todo amor, todo cuidado, toda paciência e por me acalmar durante os momentos de desespero com este trabalho.

À minha amiga querida, Maria Letícia, pela parceria de todos os dias e por toda a sólida amizade que construímos nos últimos anos.

Às minhas amigas de São Paulo, Thaís, Yasmin e Raíssa, por entenderem que nem sempre posso estar presente, mas que a nossa amizade não mudará jamais.

Ao meu anjo no céu, Antonio, obrigada por cuidar de mim aí de cima e por guiar meus passos quando a escuridão se faz presente.

À Angela, nossa orientadora, que gentilmente nos acolheu de braços abertos e nos ajudou a fazer um trabalho incrível nos últimos meses.

À nossa banca examinadora, Denis e Érika, obrigada por terem aceitado fazer parte deste momento tão especial em nossas vidas.

***Juliana***

Aos meus pais, Neide e Antonio Carlos, pelo apoio e força para continuar mesmo nos momentos em que duvidei de mim, e por tornarem possível a realização do meu sonho de cursar jornalismo em uma universidade pública.

À Juliana, minha amiga e parceira de trabalho de conclusão de curso, por toda a dedicação e parceria.

Ao Caio, que durante esses quatro anos sempre esteve comigo me apoiando e deixando meus dias mais felizes, mesmo com a distância física nos últimos meses.

Às minhas amigas de Franca, Bruna, Isabela e Gabriela pelo companheirismo constante, amizades da infância que levo sempre comigo, não importando as circunstâncias.

E finalmente, à professora Angela, por ter acolhido nosso projeto com muito carinho e tornado todo o processo muito especial. À nossa banca, Denis, que teve um papel imprescindível para a idealização do projeto e a professora Érika, obrigada por fazerem parte desse momento importante.

***Maria Letícia***

*Aos nossos pais e nossa orientadora,  
por todo o suporte e incentivo durante a trajetória deste projeto.*

## RESUMO

A modernidade trouxe consigo o desenvolvimento de novas mídias, sendo uma delas a blogosfera. Porém, ainda não existe uma sistematização que defina como deve ser a rotina de produção jornalística de um *blog*. Para ingressar nesse universo, desenvolvemos um *blog* na plataforma *Wordpress*, o *Que tal, menina?*. Ele é voltado ao público feminino e aborda assuntos diversos e cotidianos, como moda, beleza, gastronomia, comportamento e turismo.

**Palavras-chave:** Blog. Novas mídias. Jornalismo Digital. Jornalismo Especializado.

# SUMÁRIO

<b>1. Introdução</b> .....	<b>8</b>
1.1 Hipótese da pesquisa .....	9
1.2 Justificativa .....	9
1.3 Objetivos .....	10
1.3.1 Objetivo geral .....	10
1.3.2 Objetivos específicos .....	10
<b>2. Fundamentação teórica</b> .....	<b>11</b>
2.1 Fundamentação e justificativa do gênero e formato escolhido .....	11
2.2 Fundamentação teórica do produto .....	12
2.3 Fundamentação teórica das técnicas jornalísticas empregadas .....	13
<b>3. Planejamento do produto jornalístico</b> .....	<b>15</b>
3.1 Público-alvo .....	15
3.2 Viabilidade econômica de mercado e de audiência .....	15
3.3 Circulação e Lançamento .....	16
3.4 Custos de implantação .....	18
<b>4. Metodologia</b> .....	<b>19</b>
4.1 Descrição das atividades executadas .....	19
4.2 Descrição das técnicas empregadas .....	20
4.3 Descrição do produto final .....	21
<b>5. Considerações finais</b> .....	<b>24</b>
5.1 Retomada do tema, objeto e objetivos .....	24
5.2 Comentários acerca do percurso para realização do percurso .....	24
5.3 Dificuldades .....	24
5.4 Contribuições pessoais e profissionais .....	25
<b>6. Referências bibliográficas</b> .....	<b>26</b>
<b>7. Glossário, apêndices e anexos</b> .....	<b>27</b>

## LISTA DE TABELAS E FIGURAS

Imagem 1 – Visualizações do <i>blog</i> em outros países .....	15
Imagem 2 – Postagem do <i>Facebook</i> no dia 04 de abril.....	17
Imagem 3 – Resultados do impulsionamento .....	18
Imagem 4 – <i>Post</i> com entrevista .....	21
Imagem 5 – Visualizações mensais do <i>blog</i> .....	22
Imagem 6 – Página do <i>blog</i> no <i>Facebook</i> .....	22

## 1. INTRODUÇÃO

O crescimento da blogosfera ocorre graças ao desenvolvimento de novas mídias e, conseqüentemente, novas narrativas. Nesse cenário, percebemos que a blogosfera ganha força e o jornalismo ocupa um importante espaço nos *blogs*. Porém, ainda não há um padrão de linguagem estabelecido ou um modelo único de produção, seja nas redações ou na academia, que conta com pesquisas incipientes. Dessa maneira, buscamos resposta ao seguinte problema: como deve ser a rotina jornalística de um *blog*? Para tanto, desenvolvemos um *blog* na plataforma *Wordpress*, para compreender o espaço de experimentação deste projeto.

Para caracterizar a blogosfera, utilizamos o conceito abordado por Denis Renó e Jesús Flores:

La blogosfera es formada por espacios abiertos, donde las personas pueden escribir en su espacio real-virtual y al mismo tiempo dejar abierta la posibilidad de los comentarios en sus posts. Así mismo, construye una red de usuarios interesados que comparten temáticas u opiniones y también hacen que la información circule entre ellos.<sup>1</sup>  
(RENÓ; FLORES, 2012, p. 60)

Os primeiros *blogs* surgiram no final da década de 90, porém não tinham a popularidade e abrangência que possuem hoje. Nesses espaços virtuais, podemos ser livres, criar nossos próprios formatos, nossos próprios textos e fazer circular a informação sem custo e sem censura. Além disso, eles podem desempenhar diversas funções, passando por conteúdos jornalísticos, educacionais, políticos, culturais e até mesmo diários íntimos, no qual o blogueiro descreve sua rotina.

O nosso *blog* é voltado especialmente a mulheres, classes A, B e C, com faixa etária de 18 a 60 anos. Ele aborda assuntos diversos e cotidianos, que serão detalhados mais a diante, no capítulo 3.

---

<sup>1</sup> Tradução livre: a blogosfera é formada por espaços abertos, onde as pessoas podem escrever em seus espaços reais-virtuais e ao mesmo tempo deixar a possibilidade de comentários em seus *posts*. Além disso, constrói uma rede de usuários interessados em compartilhar a mesma temática ou opiniões, e também faz com que a informação circule entre eles.

## 1.1 Hipótese da pesquisa

Apesar da blogosfera estar em constante ascensão, principalmente dentro do jornalismo, ainda não existem padrões definidos para este tipo de mídia, sendo esse o mesmo problema enfrentado pelas redes sociais na atualidade. Schmidt (2007) explica que

Os *blogs* são websites frequentemente atualizados onde o conteúdo (texto, fotos, arquivos de som, etc.) são postados em uma base regular e posicionados em ordem cronológica reversa. Os leitores quase sempre possuem a opção de comentar em qualquer postagem individual, que são identificadas com uma URL única. (SCHMIDT, 2007 apud AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.30)

Dessa forma, nosso objetivo com o projeto é vivenciar como deve ser a rotina de produção de um *blog*, já que ainda não existe uma sistematização que a defina. Além disso, vamos colocar essa rotina jornalística em prática, utilizando o conhecimento das técnicas adquiridas durante a graduação. Através do nosso objeto de pesquisa, poderemos perceber com mais clareza qual deve ser a frequência ideal de postagens, quais assuntos geram maior interesse do público-alvo, qual linguagem deve ser utilizada e se o conteúdo multimídia (vídeos, fotos, áudio, redes sociais, etc.) é um fator de relevância para os ciberleitores.

## 1.2 Justificativa

Segundo Efimova e Hendrick (2005 apud AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.33) os *blogs* são formas de publicação diferenciadas porque se tornam uma apropriação do ciberespaço como modo de expressar a identidade de seus autores. Sendo assim, podemos afirmar que os *blogs* não são apenas ferramentas caracterizadas pelo seu produto, são formas de publicação apropriadas pelos seus usuários como formas de expressão.

O tema do projeto foi escolhido a partir de nossas preferências pessoais e, principalmente, por notarmos que este nicho foi pouco explorado no âmbito jornalístico. Existem muitos *blogs* sobre assuntos específicos, como moda, música, saúde, mas poucos que abordam todas essas temáticas em uma só plataforma. Pretendemos realizar um trabalho diferenciado, que trará dicas e textos mais superficiais, mas também uma abordagem crítica sobre determinado temas.

Além disso, percebemos que o jornalista não tem domínio total sobre como deve ser a produção de um *blog*, já que ainda não existe uma sistematização

definida. Outro fator de relevância foi a questão da blogosfera ser pouco explorada dentro do ambiente acadêmico, ainda mais quando se trata de conteúdo voltado para o público feminino. Por esse motivo, sentimos a necessidade de desenvolver um projeto que nos fizesse entender o universo dos *blogs* mais a fundo, e para isso, nada melhor do que entrar neste universo.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo geral**

Nosso trabalho visa à construção de um *blog*, e a nossa inserção na rotina jornalística através da criação deste espaço virtual. Buscamos entender como funciona toda a produção de conteúdo para um *blog*, vivenciando a rotina dele, já que ainda não existem moldes ou padrões para este tipo de mídia.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Exercitar o “fazer jornalístico”.
- Contribuir com um nicho ainda pouco explorado no meio acadêmico.
- Desenvolver uma linguagem e um *layout* voltados para o público-alvo.
- Experimentar, a partir de um *blog* criado em uma plataforma digital, qual a narrativa ideal para esse tipo de mídia.
- Praticar uma redação multicanal, envolvendo texto e imagem tanto no *blog* como em outras mídias digitais (*Facebook*, *Instagram* e *Twitter*).
- Desenvolver técnicas de questionário com o público (para saber o que gostariam de ler) e entrevistas com fontes (para a produção dos *posts*).

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Apesar dos *blogs* serem cada dia mais utilizados em todos os âmbitos, e por uma grande parte das pessoas que possuem acesso à *Internet*, muitos ainda são reticentes quanto à sua utilização como ferramenta de produção de conteúdo jornalístico.

Uma de nossas intensões ao criar o *Que Tal, Menina?* como projeto experimental, foi mostrar os *blogs* como ferramentas jornalísticas, que, por serem *on-line*, constantemente atualizados e promoverem uma participação dos receptores, podem ser utilizados com também com a finalidade de noticiar e informar o público interessado.

As mídias digitais ganham cada dia mais espaço no mercado, e sempre há espaço para novas plataformas que reúnam assuntos específicos que tenham como alvo a um determinado nicho, como é o caso do *blog* que criamos, voltado ao público feminino.

Apresentamos a seguir a definição e a caracterização do formato que escolhemos para este projeto.

### 2.1 Fundamentação e justificativa do gênero e formato escolhido

Segundo o conceito adotado por Artur Araújo (2006), *blog* é uma plataforma que permite atualização rápida a partir da produção de textos, chamados de *posts*, que podem ser escritos por uma ou mais pessoas. Além disso, em cada publicação há um espaço destinado para comentários, o que possibilita a interatividade entre autores e leitores, coisa que não é comum a outros veículos de comunicação, como, por exemplo, jornais impressos.

A palavra *weblog* tornou-se muito popular junto aos usuários de *Internet* a partir de 1999, quando surgiram os primeiros *softwares* de edição de páginas *on-line* que dispunham os arquivos inseridos em ordem cronológica reversa, isto é: pelo conceito de edição do programa, a mensagem ou arquivo mais recente ficava no topo da página, seguido do que antecedeu até o mais antigo, posicionado no final da página. O recurso viabilizava a produção de conteúdo dinâmico, ou seja, permitia modificações e acréscimos com rapidez, por meio de poucos comandos. (ARAÚJO, 2006)

Ainda de acordo com Araújo, os *weblogs* ou *blogs* foram termos primeiramente utilizados por Jorn Barger, em 1997, e desde então têm sido cada vez mais utilizado como ferramenta para a produção jornalística.

Na maioria das vezes, os blogueiros, como são chamados os autores de *blogs*, escrevem sobre assuntos relacionados a seus interesses pessoais, e compartilham com um público que partilha desses mesmos interesses. Por este motivo, os conteúdos dos *blogs* costumam ser específicos e especializados.

O autor Tris Hussey (2013) descreve algumas características dos *blogs*. Para ele “*blogs* dizem respeito a conteúdo, escrito ou visual: quando alguém pensa em *blogs*, pensa em artigos de opinião, informação, resenhas e compartilhamento de informação”.

Outro aspecto deste tipo de plataforma é o discurso em primeira pessoa marcado pela coloquialidade, já que qualificam-se por uma conversa entre autor e leitor.

De acordo com Araújo, inicialmente, os *blogs* eram utilizados como diários virtuais, e hoje já se tornaram mais uma mídia para o jornalismo, que vem se popularizando cada dia mais devido ao fato de ser uma plataforma grátis e de fácil manuseio, o que possibilita o acesso de uma grande parcela de pessoas.

Sempre fomos leitoras assíduas de diversos *blogs*, e por gostarmos do formato, da facilidade e acessibilidade que ele proporciona, escolhemos desenvolver o *Que Tal, Menina?*<sup>2</sup> como projeto experimental para entender como é a rotina jornalística e tudo o que envolve a criação de uma plataforma de jornalismo digital.

## 2.2 Fundamentação teórica do produto

Como preparação teórica para o desenvolvimento do produto, fichamos livros sobre blogosfera, jornalismo digital e transmídia e logo após iniciamos a idealização e produção do projeto em questão.

Partimos do pressuposto defendido por Jesus Flores e Denis Renó (2012) de que após a ascensão dos *blogs* o cidadão comum passa a fazer o papel de *gatekeeper*<sup>3</sup> para definir o conteúdo de *agenda setting*<sup>4</sup>. Para os autores, “a sociedade multimídia é um grupo de cidadãos que têm em mãos uma diversidade de meios, a possibilidade de escolher entre eles e a capacidade de utilizar distintos meios ao mesmo tempo” (RENÓ; FLORES, 2012, p. 39). Por este motivo, antes de

---

<sup>2</sup> Disponível em [quetalmenina.com](http://quetalmenina.com)

<sup>3</sup> Gatekeeper é uma teoria jornalística que pressupõe que as notícias são como são porque os jornalistas assim as determinam.

<sup>4</sup> Agenda Setting é um tipo de efeito social da mídia que compreende a seleção, disposição e incidência de notícias sobre os temas do que o público falará e discutirá.

colocarmos o projeto no ar, aplicamos um questionário (Apêndice 2) voltado ao público-alvo para definir qual o conteúdo e a linguagem a serem utilizados na produção de conteúdo para o *blog*.

O formato de produto escolhido tem como característica uma linguagem marcada pela coloquialidade, dando maior autonomia ao autor, o que constrói uma relação entre quem produz e quem lê o texto.

De acordo com Adriana Amaral, Raquel Recuero e Sandra Montardo (2009), os *blogs* não são apenas ferramentas caracterizadas pelo seu produto, são também formas de publicação apropriadas pelos seus usuários como formas de expressão. Desta forma, procuramos desenvolver a linguagem utilizada no *Que Tal, Menina?* de acordo com nossas preferências, fazendo com que os textos, mesmo que informativos, apresentassem elementos que caracterizem um diálogo e nos aproxime dos leitores criando uma identificação entre ambas as partes.

### **2.3 Fundamentação teórica das técnicas jornalísticas empregadas**

Algumas das principais técnicas jornalísticas utilizadas na concepção e na produção de textos para o *blog* foram as entrevistas, apuração e a construção de relatos opinativos e informativos.

Inicialmente, os blogs eram tidos apenas como diários virtuais, mas hoje se tornaram mais um meio de produção jornalística

Blogs como meios de comunicação implicam também sua visibilidade enquanto meios de práticas jornalísticas, seja através de relatos opinativos, seja através de relatos informativos. No conceito estrutural, por outro lado, permite apreender-se o blog enquanto formato, abrindo-se para múltiplos usos e apropriações. (AMARAL, RECUERO, MONTARDO, 2009, p.33)

Esse novo tipo de mídia já faz parte do jornalismo atual, os principais sites e portais de notícia disponibilizam alguns de seus conteúdos em *blogs* e os utilizam como mais um canal para facilitar a comunicação com seus públicos.

Além disso, os *blogs* possibilitam uma maior diversidade na escolha e abordagem de assuntos, pois têm uma diferença nos critérios de noticiabilidade e traz assuntos que muitas vezes não são abordados nas mídias tradicionais.

Outra ferramenta jornalística foi o jornalismo colaborativo, utilizado por nós em dois *posts* do blog (*Semana de Moda de Nova Iorque* e *Semana de Moda de Milão*), em que uma consultora de moda e estilo comentou sobre os eventos para o

*Que tal, Menina?*. Este tipo de texto colaborativo só foi possível para nós devido às facilidades proporcionadas pela internet, e resultou no aprofundamento de assuntos e na riqueza de detalhes que talvez nós, idealizadoras do *blog* não teríamos acesso direto.

### 3. PLANEJAMENTO DO PRODUTO JORNALÍSTICO

Nesse capítulo, abordaremos as questões práticas relacionadas à produção do *blog*. Descreveremos o público-alvo, a viabilidade econômica de mercado e de audiência e o processo de circulação e lançamento do produto.

#### 3.1 Público-alvo

O *Que tal, menina?* é voltado especialmente a mulheres, classes A, B e C, com faixa etária de 18 a 60 anos, ainda que esteja aberto a outros gêneros e a outras classes econômicas e sociais. No *blog*, nós abordamos assuntos diversos e cotidianos, divididos nas seguintes seções: moda, beleza, comportamento, gastronomia e turismo. Nossas leitoras têm o perfil da mulher contemporânea, atenta e curiosa por novidades, em busca de dicas para se inspirar e sair da mesmice do dia a dia, tudo isso em apenas um local, sem gastar muito tempo e prezando pela qualidade da informação que consome. A mulher que lê o *Que tal, menina?* possui poder de compra e busca sugestões de produtos, viagens e estilo de vida que possam facilitar seu cotidiano.

#### 3.2 Viabilidade econômica de mercado e de audiência

Por estar publicado em uma plataforma *on-line*, global e gratuita, que é a Internet, o *blog* é viável economicamente, tanto pensando em mercado, quanto em audiência. O nosso produto pode ser acessado de qualquer local do mundo, através de um computador, *laptop*, *tablet* ou *smartphone*, a qualquer momento do dia. Ainda que a língua possa ser um fator limitador de audiência, pois as postagens são feitas somente em português, nós já conseguimos alcançar leitores de outros países também, como Estados Unidos, Canadá e Austrália.

Imagem 1 - Visualizações do *blog* no dia 05 de abril de 2015

Fonte: Juliana Garcia e Maria Letícia Marques

Existem inúmeros *blogs* voltados ao público feminino, porém, sempre sentimos falta de um que abordasse todas as temáticas que nós desenvolvemos em uma única plataforma, já que a maioria lida apenas com moda e beleza. A acessibilidade das pautas e das dicas de produtos também foi uma questão que percebemos uma carência como leitoras e que buscamos fazer diferente no *Que tal, menina?*.

Antes de criarmos o blog, preparamos um questionário (veja na seção 4.1) e perguntamos o que nossas possíveis leitoras acreditavam que faltava nos *blogs* atuais. Algumas das respostas que mais chamaram nossa atenção foram: “sinto falta de aproximação com o leitor. É sempre tudo muito fora do alcance. Talvez colocar o quesito financeiro como primordial possa conseguir essa aproximação”; “sinto falta da realidade de conteúdos, ou seja, conteúdos que se adequem a realidade de pessoas ‘normais’”; “sinto falta da exposição de produtos mais acessíveis, pois é ‘fácil’ estar na moda gastando R\$ 10 mil por mês em *looks* do dia”; “muitos não consideram que nem todo mundo pode ir à Paris ou a NY todo fim de semana. É muito mais fácil usar um *look* do dia superestiloso gastando R\$ 5 mil do que gastando R\$ 500,00, sendo que ambos são possíveis.”. Através destas respostas, pudemos comprovar que realmente há uma carência no segmento.

### 3.3 Circulação e Lançamento

Conforme dito no item anterior, a circulação do produto pode chegar ao nível global, porém predomina no Brasil. O domínio do *blog* foi comprado no início de janeiro deste ano, porém, o lançamento só ocorreu no dia 21 de fevereiro. Durante esse intervalo de tempo, nós, juntamente com o *designer* Diego Dias, pensamos no projeto gráfico e desenvolvemos o *layout* da página.

Para dar início ao *Que tal, menina?* fizemos uma postagem de abertura, explicando quem somos e qual é o nosso objetivo com o *blog*. Além disso, também lançamos outras duas matérias, uma sobre a cor Marsala, que será a tonalidade de 2015, e outra sobre os cuidados que devemos ter com a pele durante o verão, com a consultoria de uma dermatologista. A partir daí, postamos conteúdo novo três vezes por semana, pelo menos, intercalando as autoras e as seções.

Com o intuito de alcançar novas leitoras, aumentar nosso público e divulgar nosso produto jornalístico, criamos uma página em outras redes sociais, como o *Facebook*, o *Instagram* e o *Twitter*. Percebemos, entretanto, que a repercussão e o retorno são maiores no *Facebook* do que nas outras mídias. Através dele, podemos quantificar o número de pessoas atingidas por nossas publicações e recebemos mais curtidas, mais comentários e mais compartilhamentos.

No último dia 4, por exemplo, postamos uma matéria ensinando a fazer um ovo de Páscoa caseiro e recheado. Para aproveitar a data, gastamos R\$ 16,00 para impulsionar a publicação no Facebook e conseguimos alcançar 8.648 pessoas (até o fechamento deste relatório). Recebemos 112 curtidas e 11 compartilhamentos.

Imagem 2: Captura de tela da postagem feita no Facebook

**Que tal, menina?**  
Publicado por Juliana Garcia (?) · 4 de abril às 17:15 · 🌐

O post de hoje está de dar água na boca! Vem ver como fazer um delicioso ovo de Páscoa caseiro, recheado com beijinho!  
Boa Páscoa a todos 😊



**Receita: Ovo de Páscoa Caseiro**  
Olá, pessoa! A dica de hoje é para quem não abre mão de um bom chocolate na Páscoa, mas não está disposto a gastar uma fortuna com os ovos vendidos nos supermercados. Além disso, fazer o ovo de Pá...  
QUETALMENINA.COM

8.648 pessoas alcançadas ▶ R\$ 0,19 restantes

Descurtir · Comentar · Compartilhar 📷 ▼

👍 Que tal, menina?, Sonia Lopes, Yasmin Silva, Vitória Sousa e outras 108 pessoas curtiram isso.

🔄 11 compartilhamentos

Escreva um comentário... 📷 😊

Fonte: Juliana Garcia e Maria Letícia Marques

Imagem 3: Ao final do impulsionamento da publicação, podemos confirmar que nosso público é predominantemente feminino, sendo a faixa etária de 18 a 24 anos a que mais se destaca.



Fonte: Juliana Garcia e Maria Letícia Marques

Graças às redes sociais conseguimos alcançar um maior número de visitantes e também mensurar o interesse e o envolvimento com as publicações.

### 3.4 Custos de implantação

Os gastos com o projeto até agora foram:

- Compra do domínio do *blog* na plataforma *Wordpress* (com validade de 1 ano): R\$ 76,00
- Diagramação e programação da página com um *designer*: R\$ 400,00
- Impulsionamento da publicação no Facebook: R\$ 16,00

**Total:** R\$ 492,00.

Porém, na conta total ainda não foram contabilizados os gastos com a impressão de três cópias do relatório para a banca examinadora. Além disso, para a realização do *blog*, foram utilizados *notebooks* e câmeras fotográficas. Todos pertencentes às autoras, não sendo necessário comprar ou emprestar.

## 4. METODOLOGIA

### 4.1 Descrição das atividades executadas

O primeiro passo do projeto, ainda em abril de 2014, foi decidir que o faríamos em dupla e sair em busca de um possível orientador. Em conjunto com o Prof. Dr. Denis Porto Renó, combinamos de criar um blog, pois através dele poderíamos vivenciar a rotina de produção jornalística em um meio com o qual nos identificamos. A partir daí, foi preciso delimitar o público-alvo, as temáticas que seriam abordadas e possíveis sugestões de nomes. Concomitantemente, passamos a ler a bibliografia básica que nos daria o embasamento teórico para a realização do pré-projeto e fizemos fichamentos dessas leituras. No período de maio a setembro de 2014, por conta da greve na Unesp, pouco avançamos na produção do *Que tal, menina?*.

Com o término da greve, o pré-projeto finalizado, o nome do *blog* decidido e as seções estabelecidas, tivemos uma surpresa. Por questões burocráticas, foi necessário trocarmos de orientador e passamos a ser orientadas pela Prof<sup>ª</sup>. Dra. Angela Maria Grossi de Carvalho.

Em meados de novembro, elaboramos um questionário (Apêndice 2) e o lançamos em nossas páginas pessoais no Facebook, pedindo para que as pessoas respondessem. Com as 117 respostas obtidas<sup>5</sup>, começamos a pensar em pautas que poderiam ser relevantes às nossas leitoras em potencial.

Já em janeiro deste ano, compramos o domínio do *blog* na plataforma *Wordpress* e contratamos um *designer* para fazer o *layout* e a programação da página, pois não tínhamos o domínio técnico para elaborarmos sozinhas.

Enquanto o *Que tal, menina?* não estava no ar, começamos a escrever as primeiras matérias para o *blog*. O lançamento oficial aconteceu no dia 21 de fevereiro de 2015, com um *post de abertura*, um de moda e outro de beleza, conforme já dito em itens anteriores.

Com o *blog* no ar, passamos a lançar conteúdo novo pelo menos a cada três vezes por semana, variando as autoras e também as seções abordadas. Quinzenalmente, em média, fazíamos reuniões de pauta com a nossa orientadora e

---

<sup>5</sup> Disponíveis em: [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Ptc-l2p8iA\\_VbPPie\\_1j7Wdb5m02GUW3hXDnjG35GI4/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Ptc-l2p8iA_VbPPie_1j7Wdb5m02GUW3hXDnjG35GI4/edit?usp=sharing)

também utilizávamos o momento para a correção das matérias que já estavam prontas.

Simultaneamente a produção de novos *posts*, em março, começamos a escrever o relatório em questão. Após o protocolo do dia 15 de abril, continuaremos a elaborar novas pautas, escrever novos conteúdos.

Em todo o processo, utilizamos as técnicas de pauta, apuração, entrevista e redação jornalística, sempre levando em consideração o público-alvo e o formato do produto.

#### **4.2 Descrição das técnicas empregadas**

Uma das primeiras técnicas utilizadas no início deste projeto foi a de leitura e fichamento do referencial teórico. Lemos os livros e/ou capítulos que foram solicitados e criamos arquivos no *Google Docs*, com as ideias centrais de cada um e já selecionando citações que poderiam ser aproveitadas mais para a frente.

Utilizamos também a técnica de elaborar questionário, para, a partir das respostas, conhecer os anseios do nosso público-alvo e perceber as carências sentidas por ele com relação ao meio e à informação que consome.

Entretanto, a técnica que mais praticamos até agora é a da escrita jornalística, pensando especialmente na linguagem ideal para os leitores que buscam por informações *on-line* e, no caso do nosso *blog*, pensando no público feminino. Nossas impressões sobre como deve ser essa linguagem serão abordadas mais adiante, nas considerações finais deste relatório.

Para elaborar algumas das matérias do *Que tal, menina?*, foi necessário fazermos entrevistas com profissionais especializados. Podemos citar, por exemplo, a entrevista com a psicóloga Dra. Adriana Serrano, que falou sobre as dúvidas e angústias que surgem quando o fim da graduação se aproxima, e com a dermatologista Dra. Daniela Landim, que explicou quais cuidados devemos ter com a pele durante o verão.

Imagem 4: Captura de tela de parte da matéria com entrevista de uma psicóloga

## TERMINEI A FACULDADE. E AGORA?

Fazer um mestrado ou ingressar no mercado de trabalho? Voltar a morar com os pais ou buscar a independência? Continuar na mesma cidade ou desbravar novos lugares? Essas são dúvidas frequentes na cabeça de quem está terminando ou acabou de concluir a faculdade. Para falar sobre esse assunto e inaugurar nossa seção de comportamento, conversamos com a psicóloga Clínica Comportamental, Dra. Adriana Serrano. Confira a entrevista!

**Quando o fim da faculdade se aproxima, muitas dúvidas surgem. Por exemplo, dizem que depois que você sai da casa dos pais pela primeira vez, é muito difícil retornar. Caso volte a morar com eles, como deve ser o processo de readaptação?**

O encerramento de um curso de graduação, sem dúvidas, marca o fim de uma etapa da vida (a preparação para a profissão escolhida) e o início de outra (a inserção no mercado de trabalho). Isso acontece de uma forma arbitrária – ou seja, com data marcada, e não necessariamente no momento mais conveniente para todos os envolvidos – e precisa ser muito bem pensado em termos de transição e adaptação. Dentre os vários aspectos dessa transição está, para os jovens que saem da casa da família para morarem em outra cidade, um eventual retorno ao lar. É natural imaginar que, após alguns anos do jovem fora de casa, tanto ele quanto sua família se apresentem modificados para essa relação: o primeiro pela experiência de viver fora de casa e a segunda por ter se estruturado por alguns anos sem a presença diária daquele filho. Não adianta pensar que tudo será como antes, pois não será, e a relação entre os membros da família terá de ser reformulada para absorver as necessidades tanto do filho que retorna quanto dos outros membros da família que o recebem.

Fonte: Juliana Garcia e Maria Letícia Marques

### 4.3 Descrição do produto final

O *Que tal, menina?*, até o presente momento, conta com 25 *posts*, 21 comentários e, em média, 1.263 visualizações mensais, através de 395 visitantes, também em média.

Imagem 5: Captura de tela das visualizações mensais do *blog*

Fonte: Juliana Garcia e Maria Letícia Marques

Nossa página no *Facebook*, atualmente, conta com 480 curtidas e 8.305 pessoas sendo alcançadas por nossas publicações.

Imagem 6: Captura de tela da nossa página no *Facebook*

Resumo de Estatísticas da Página:

- ESTA SEMANA: 14 Curtidas na Página
- Alcance das publicações: 8.305
- NÃO LIDAS: 4 Notificações
- Mensagens: 0
- Curtidas: 480

Fonte: Juliana Garcia e Maria Letícia Marques

Pensando na parte estética do produto, a logomarca do *Que tal, menina?* foi criada em tons pastéis, com toques de rosa, azul, verde e roxo. Optamos por não escolher somente rosa e/ou vermelho, cores que habitualmente são adotadas em *blogs* voltados ao público feminino, para não criar qualquer tipo de estereótipo. Na imagem de capa do *Facebook*, colocamos elementos que remetam às temáticas de nossas seções. Por exemplo, os passaportes representam o turismo, as pulseiras simbolizam a moda e os pincéis de maquiagem fazem alusão à beleza.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Produzir um trabalho de conclusão de curso unindo jornalismo e comportamento feminino, duas áreas pelas quais nutrimos um grande interesse foi prazeroso, pois assim conseguimos aliar nossas preferências pessoais e o trabalho acadêmico, coisa que sentimos falta durante a graduação.

A ideia de criar um *blog* como projeto experimental de conclusão de curso surgiu ao percebermos que a blogosfera vem ganhando força no cenário atual, e que o jornalismo ocupa um importante espaço nos *blogs*. Apesar disto, dentro do universo acadêmico sentíamos falta de algum trabalho que abordasse mais a fundo a temática de nosso interesse e de entender como se dá a rotina jornalística nos bastidores de uma plataforma de jornalismo digital, assim nasceu o *blog Que tal, menina?*.

Todo o processo de idealização e produção do *blog* foi muito gratificante, é preciso estudar, se aprofundar, e entender um pouco mais sobre todos os campos que envolvem a criação de uma plataforma na *Internet*, mesmo aquelas que fogem da área jornalística: desde a compra do domínio e a criação de uma identidade visual, até a criação de pautas e as entrevistas para a elaboração das matérias. Apesar de trabalhosa, é uma experiência que só contribuiu para o nosso crescimento profissional e pessoal.

Uma das dificuldades encontradas durante a trajetória deste projeto foi a greve que aconteceu na Unesp, no ano passado. Por ter sido muito extensa e ter paralisado todas as atividades, a greve comprometeu o nosso ritmo de trabalho com o *blog* e nos desmotivou a avançar na confecção do pré-projeto e do *Que tal, menina?* em si.

Aliado a isso, houve também uma troca de orientador no meio do caminho. O que no início foi um susto, acabou se tornando uma grata surpresa, pois ficamos em ótimas mãos com a supervisão da Angela, que nos acolheu de braços abertos.

Um fator que também dificultou o lançamento do *blog*, foi o prazo para o *designer* criar o *layout* e a programação da página, que demorou cerca de 3 semanas. Por mais que estivéssemos com as matérias prontas, não conseguíamos colocá-las no ar sem a página estar funcionando.

Com relação às matérias, percebemos que as postagens feitas durante o final de semana e início de tarde (por volta de 14h-16h) eram menos vistas do que as outras, comprometendo assim nossa divulgação. Por isso, optamos por lançar novos *posts* sempre no início da noite e evitamos os sábados e domingos.

Acreditamos que o *blog* agregou valor tanto em nossa vida pessoal quanto profissional, e será um ótimo portfólio a ser exibido daqui para a frente. Enquanto jornalistas, produzimos informação de qualidade e preenchemos lacunas deixadas por outros *blogs* do mesmo segmento. Tivemos um contato próximo com o nosso público, sempre nos mostrando solícitas a atender aos pedidos, responder comentários, etc.

Ganhamos vivência e repertório através da bibliografia lida e também graças a cada pesquisa e entrevista que fizemos para escrever as matérias. O *Que tal, menina?* continuará no ar, podendo ser útil não só ao público-alvo, mas também aos outros estudantes de jornalismo que pensem em fazer um projeto no mesmo ramo que o nosso.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra. Mapeando um objeto. In: **Blogs.com: estudo sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009, p.30.

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra. Mapeando um objeto. In: **Blogs.com: estudo sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009, p.33.

ARAUJO, Artur Vasconcelos. **A notícia que é notícia: o blog jornalístico**. São Paulo: ECA-USP.

Disponível em: < <http://penta3.ufrgs.br/PEAD/Semana01/conceito.pdf>>. Acessado em 08/04/2015

HUSSEY, Tris. **Como criar seu próprio blog**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2013.

RENÓ, Denis; FLORES, Jesús. **Periodismo transmedia**. Madri: Fragua, 2012.

*Blogs de referência:*

<http://www.garotasesupidas.com.br> Acessado em 28/10/2014.

<http://www.chatadegalocha.com> Acessado em 28/10/2014.

<http://www.supervaidosa.com> Acessado em 28/10/2014.

<http://www.thefashionts.wordpress.com> Acessado em 28/10/2014.

## 7. GLOSSÁRIO, APÊNDICES E ANEXOS

### APÊNDICE 1

#### Captura de tela da página do *blog* no *Twitter*

The screenshot displays the Twitter profile of 'Que tal, menina?' (@quetalmenina). The profile picture is a circular logo with the text 'Que tal, menina?' in a stylized font. The bio reads: 'No Que tal, menina? você encontra de tudo um pouco: moda, beleza, comportamento, gastronomia e turismo.' The website listed is 'quetalmenina.com'. The profile statistics show 8 tweets, 70 users being followed, and 6 followers. The 'Tweets' section is active, showing three tweets. The first tweet, dated 4 de abr, links to a recipe post: 'Post de dar água na boca!!! Receita de ovo de Páscoa caseiro, recheado com beijinho! Vem conferir :D'. The second tweet, dated 1 de abr, links to a post about graduation looks: 'Mostrei todos os detalhes do meu look de formatura no post. Ficou curiosa? Então vem conferir!'. The third tweet, dated 1 de abr, discusses a trend for 2015: 'Já viu nosso post sobre a cor marsala? Não? Então vem conferir como usar e abusar do tom que será tendência em 2015!'. The right sidebar shows a list of users being followed, including Olavo Barros, Marcelo Adnet, and Matheus M. Fontes. The bottom of the screen shows the Windows taskbar with the date 13/04/2015 and time 18:01.

## APÊNDICE 2

### Questionário sobre blog feminino

Este questionário será utilizado como base na criação de um produto experimental (TCC) para a graduação de Comunicação Social - Jornalismo.

\*Obrigatório

**Qual é a sua idade? \***

- De 15 a 18 anos
- De 19 a 25 anos
- De 26 a 30 anos
- Mais de 30 anos

**Você costuma ler blogs voltados ao público feminino? \***

- Sim
- Não

**Com que frequência? \***

- Nunca
- 1x ao dia
- Várias vezes ao dia
- Semanalmente

**Quais sessões você gostaria de ver em um blog deste tipo? \***

- Moda & Estilo
- Beleza
- Comportamento
- Gastronomia
- Viagens
- Outro:

**Se tratando de moda, que tipo de conteúdo você gostaria de ler? \***

- Tendências
- Look do dia
- Achados (roupas com preço bom)
- Estilo das famosas
- Outro:

**E no quesito beleza? \***

- Review de produtos
- Achados de beleza
- Tutorial de maquiagens
- Inspirações de cortes e penteados
- Tendências
- Outro:

**Que tipo de receita você gostaria de ver na sessão de gastronomia? \***

**E pensando em viagens, o que te despertaria interesse? \***

**Do que você sente falta em blogs com este perfil? \***

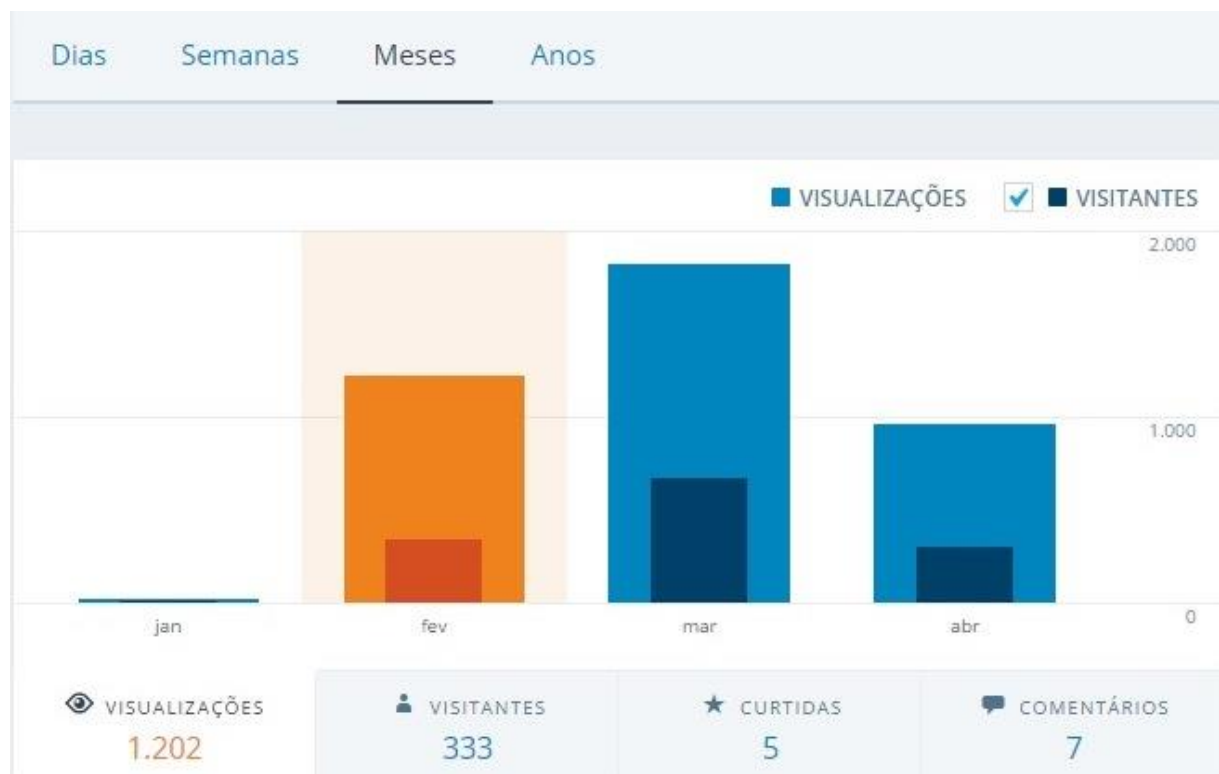
## APÊNDICE 3

### Cronograma das atividades realizadas

	Mar. 2014	Abr. 2014	Mai. 2014	Jun. 2014	Jul. 2014	Ago. 2014	Set. 2014	Out. 2014	Nov. 2014	Dez. 2014	Jan. 2014	Fev. 2014	Mar. 2015	Abr. 2015
Levantamento bibliográfico	X	X	X	X	X									
Leitura e fichamento bibliográfico	X	X	X	X	X	X								
Elaboração do projeto experimental							X	X	X					
Questionário com o público-alvo para determinar assuntos e pautas									X	X	X			
Criação do <i>blog</i> <i>Que tal, menina?</i> na plataforma <i>Wordpress</i>											X	X		
Elaboração de conteúdo e postagens												X	X	X
Redação do relatório													X	X
Revisão do relatório														X
Apresentação e defesa														X

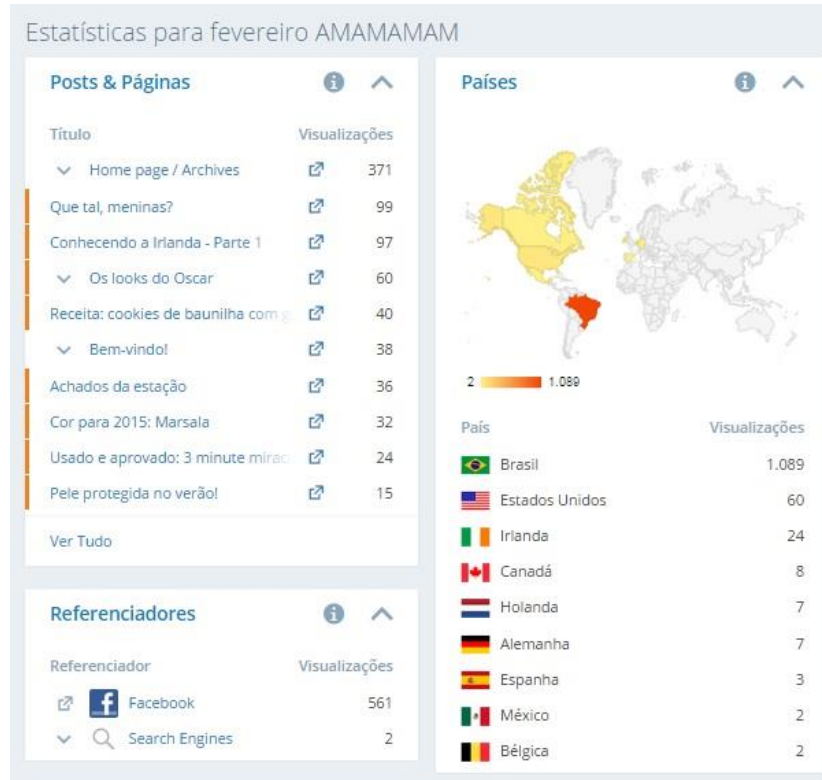
## APÊNDICE 4

### Visitantes no mês de fevereiro



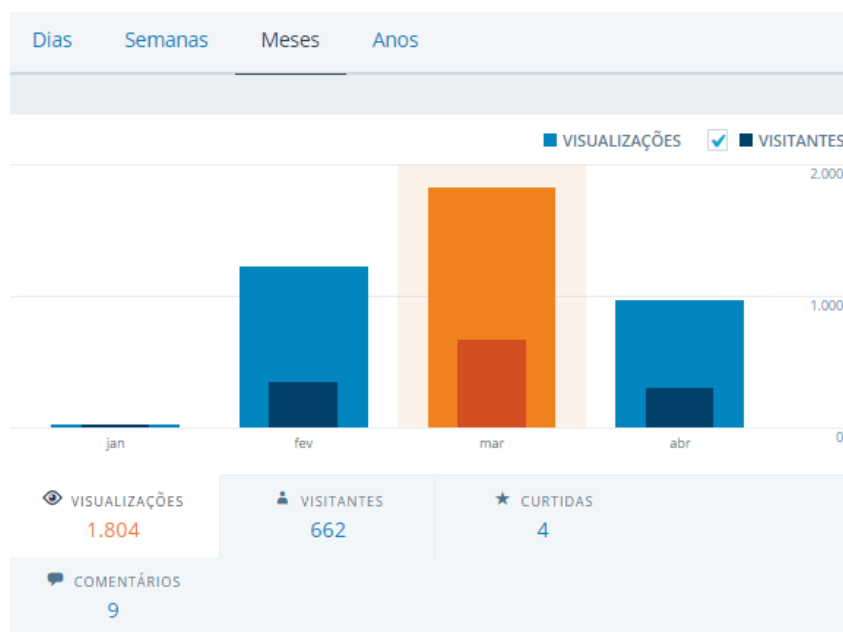
## APÊNDICE 5

### Estatísticas do mês de fevereiro



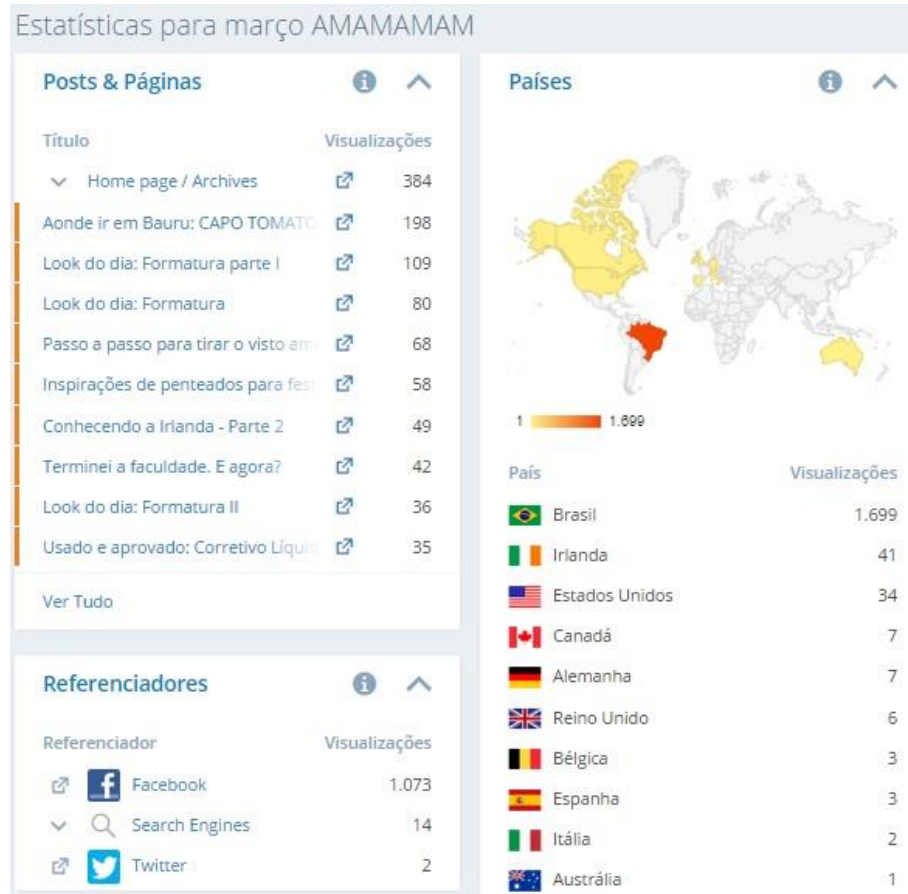
## APÊNDICE 6

### Visitantes no mês de março



## APÊNDICE 7

### Estatísticas do mês de março



## APÊNDICE 8

### Visitantes no mês de abril



## APÊNDICE 9

### Estatísticas do mês de abril



APÊNDICE 10

Captura da página do *blog* no *Instagram*

