

Multiplataforma *Felivro Informa*: A primeira Assessoria de Imprensa da Feira do Livro de São Borja¹

Janine MOTTA²

Phillipp GRIPP³

Tamara FINARDI⁴

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

RESUMO

Esse trabalho consiste em apresentar a primeira assessoria de imprensa da 27ª Feira do Livro de São Borja, que faz parte do projeto de cobertura jornalística multimídia Multiplataforma *Felivro Informa*, no mês de outubro de 2012. Propomos políticas internas para um melhor desenvolvimento da divulgação do evento. A partir das bibliografias citadas se buscou estruturar estratégias de trabalho em equipe para cobrir os quatro dias de um dos eventos culturais mais importantes da cidade: a Feira do Livro.

PALAVRAS-CHAVE: Assessoria de imprensa; Divulgação; Feira do Livro; São Borja.

1 INTRODUÇÃO

A Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA) teve sua inserção em 10 cidades da Fronteira Oeste e região da Campanha em 2006, incluindo São Borja. Nesta, o evento Feira do Livro acontece anualmente na praça central do município e conta, desde a instalação da universidade, com o apoio de acadêmicos e docentes do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo na produção de material informativo diário durante e sobre o evento cultural.

Entre os dias 24 e 27 de outubro de 2012 aconteceu a 27ª Feira do Livro da cidade e projeto *Felivro Informa*, que faz a produção jornalística do evento, se transformou numa multiplataforma⁵, produzindo material informativo para os meios: impresso, radiofônico, televisivo e digital. Para tanto, o apoio de uma equipe de assessoria de imprensa foi imprescindível para que a dinâmica organizacional do trabalho multimídia se desse da melhor forma.

As coberturas jornalísticas multimidiáticas transformam as rotinas de produções numa atividade de velocidade muito intensa, visto que novos canais midiáticos surgem a todo o instante, obrigando os meios a se adaptarem para continuar existindo (DINES,

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade Projeto de Assessoria de Imprensa. Orientado pela professora do Curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo, Joseline Pippi, e-mail: josi-pippi@gmail.com

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo, email: mot-tajanine@gmail.com.

³ Estudante do 6º semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo, e-mail: phidgripp@gmail.com.

⁴ Estudante do 6º semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo, email: tamarafinardi@gmail.com

⁵ Uma produção multiplataforma é entendida como estratégia que envolve a distribuição de conteúdos para mídias diversas, como TV, impresso, rádio e Web (SALAVERRÍA, 2005).

2006). Realizar a cobertura de um evento que movimentava uma cidade, tanto no sentido cultural quanto no econômico, implica principalmente na atenção à ética do trabalho desenvolvido e às técnicas e estéticas envolvidas no processo de visibilidade das atividades (FENAJ, 2007).

Dessa forma, o trabalho de assessoria de imprensa do *Felivro Informa*, formada por nove discentes, foi essencial pela responsabilidade de sempre garantir à equipe da Multiplataforma as informações em primeira-mão; de organização e regência das entrevistas coletivas com os homenageados, escritores e artistas participantes do evento; de produção de releases para jornais e rádios da cidade e região; além da produção de textos e fotos para o blog do evento, mantido pela equipe de web do projeto, e do fornecimento de informações para a produção das demais plataformas da cobertura jornalística. A equipe também foi responsável pelos sorteios de livros realizados diariamente durante a feira, os quais recebiam inscrições pela rede social facebook e pessoalmente no stand da Rádio Feira.

2 OBJETIVO

A assessoria de imprensa da Multiplataforma *Felivro Informa* teve o objetivo de garantir que os artistas presentes no evento sempre cedessem entrevistas para a equipe do projeto, sendo a equipe deste a responsável pela cobertura jornalística oficial da Feira, antes que os demais veículos de comunicação da cidade tivessem acesso às informações. Para tanto, a assessoria entrou em contato anteriormente à chegada das personalidades em São Borja, marcando as entrevistas com os participantes do projeto e organizando as coletivas de imprensa posteriores com todas as empresas jornalísticas da cidade. Além da produção de releases sobre os acontecimentos do evento para serem publicados (textos) ou veiculados (material radiofônico) nestas empresas.

Objetivou também a produção de textos e fotos publicados no blog do evento, contribuindo com a equipe de web do projeto. Além de coletar informações prévias sobre os artistas que seriam entrevistados para compartilhamento e conhecimento de todos os integrantes da multiplataforma, tendo a intenção de embasar as entrevistas realizadas num conhecimento anteriormente obtido.

A assessoria de imprensa cumpriu os objetivos de prover aos acadêmicos do Curso de Jornalismo a possibilidade de prática da produção noticiosa diária para múltiplas plataformas em tempo real, numa rotina de sala de redação integrada entre as mídias, estimulando a organização das pautas para os diferentes meios de comunicação e atentando sempre para a convergência entre todos eles, visando à produção de conteúdos capazes de seguir o

modelo da narrativa transmidiática, como determina Jenkins: “uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2008, p.135).

3 JUSTIFICATIVA

São Borja é uma cidade com cerca de 62 mil habitantes (CENSO, 2010) localizada na fronteira com a Argentina. Primeira dos Sete Povos das Missões, a cidade tem na Feira do Livro um dos eventos culturais mais tradicionais, que no mês de outubro reúne não somente escritores, mas artistas de diferentes áreas. O evento é tradicionalmente organizado pela Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Eventos (SMTCE). Com os registros documentais das feiras anteriores, observou-se que a Feira não era valorizada na mídia (principalmente a local) e havia ruídos na comunicação interna da SMTCE, fatores que resultavam no atraso e muitas vezes no cancelamento de muitas das atrações. Além disso, a participação da população são-borjense era pequena, inexpressiva.

Verificou-se, também, que na esfera comunicacional da prefeitura municipal da cidade ocorria o mesmo que Fossati (2006, p.144) havia detectado, ou seja, “que o exercício profissional no âmbito da esfera municipal não é da responsabilidade de profissional habilitado, pois abarca um espaço apropriado por outros profissionais fora da área ou por servidores públicos de plantão”. Dessa forma, a presença de uma equipe de Assessoria de Imprensa, com conhecimento para desenvolver o trabalho na área, tornou-se fator essencial para o bom desempenho do evento.

A presença do Curso de Jornalismo, através da ação conjunta de professores e acadêmicos, possibilitou que houvesse *know-how* e *staff* especializado para que fosse organizada uma equipe multimidiática para prestar apoio e visibilizar de modo efetivo a presença do evento na mídia local e regional. Além disso, através da prática jornalística na cobertura do evento foi possível a promoção a interação da comunidade acadêmica com os demais setores da sociedade (RIBEIRO, 2003), tornando-se espaço ideal para a aplicação *in loco* da produção noticiosa de cobertura jornalística de eventos culturais e também de assessoria de imprensa. Assim, a equipe de Assessoria de Imprensa da Feira do Livro (AIFelivro) se dedicou a estruturar as diversas atividades que aconteciam concomitantemente durante o evento, agindo tanto na comunicação interna quanto externa.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O trabalho da assessoria de imprensa de um evento começa com certa antecedência. É a equipe da assessoria que faz a mediação entre a imprensa e as personalidades participantes de um evento cultural. Visto isso, o primeiro passo foi montar um *mailing* com os contatos dos veículos de comunicação locais e de outras cidades da região, pois o evento é estruturado para despertar o interesse e ser prestigiado pela população das localidades do interior e também das cidades mais próximas (Uruguaiana, Itaqui, Maçambará e Bossoroca). Também foi realizado contato prévio com escritores e demais artistas de outras cidades para agendar entrevistas coletivas durante o evento, e dessa forma garantir que a personalidade, ao chegar no município, cedesse entrevistas primeiramente para a equipe oficial da cobertura jornalística da Feira, a equipe da *Felivro Informa*. O contato, além do agendamento prévio, possibilitou também a estruturação de um canal comunicacional bidirecional (assessoria do evento- assessoria do artista) muito importante para a organização das entrevistas coletivas com a imprensa local.

Essa organização pré-evento facilitou todo trabalho da imprensa oficial do evento, que contava com os acadêmicos que trabalharam na produção de material multimídia para as diferentes plataformas comunicacionais (rádio, web, impresso e televisivo). Além de organizar a agenda de entrevistas coletivas, a equipe de AI foi responsável pela disseminação dos fluxos de informação dentro da equipe (entre os diferentes meios de comunicação) e fora dela (material produzido para ser veiculado na mídia externa).

Durante a Feira do Livro a Assessoria responsabilizou-se por cobrir toda programação dos quatro dias de evento. Para dar conta disto, a equipe, composta por oito acadêmicos, precisou montar estratégias de ação eficientes que permitissem a divulgação de informações exclusivas e com linguagem adequada aos diferentes meios de comunicação (tanto os internos quanto os externos). Com um dia de antecedência, a programação era analisada e as pautas eram decididas em conjunto pelas equipes e distribuídas conforme interesse e disponibilidade de cada integrante. Também já eram estipulados os horários e locais das entrevistas. Cada pauta era produzida por um repórter e um fotógrafo. Após a produção o material era enviado para o e-mail da assessoria (*imprensafeiradolivrosb@gmail.com*), onde passava pelo crivo de duas editoras e da professora que coordenava o projeto. Estas eram responsáveis pelo envio das matérias aos veículos de comunicação.

A produção realizada pela assessoria também era disponibilizada na plataforma web da imprensa FeLivro Informa, o qual obteve uma repercussão positiva, pois a assessoria de muitos cantores e escritores utilizaram o material para postar nos sites oficiais dos artistas.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O projeto da Assessoria de Imprensa da Feira do Livro teve por objetivo organizar as informações antes e durante os quatro dias do evento (24 a 27 de outubro de 2012), além de divulgar os trabalhos realizados, foram enviados releases⁶ às mídias externas. Chinen (2003) destaca a importância da organização de uma assessoria de imprensa:

As atividades de uma Assessoria de Imprensa não devem ser realizadas com base no improviso e sim, ter como norma a organização e a constante avaliação dos resultados. O planejamento assume, dessa forma, uma importância fundamental, evitando que até mesmo as situações mais inesperadas peguem o profissional totalmente desprevenido (CHINEN, 2003; p. 33).

A editora-chefe da equipe, uma repórter e a coordenadora do projeto Multiplataforma FeLivro foram pessoalmente em todas as mídias locais entregar o convite (Figura 1) do lançamento da feira (Produzido com a colaboração dos acadêmicos de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa), além disso, foi explicado que, durante os quatro dias do evento eles iriam receber material em áudio, texto e audiovisual. A escolha pela entrega pessoalmente teve o intuito de transmitir uma maior credibilidade do evento e da equipe.

O lançamento da Feira aconteceu no dia 17 de outubro. Estavam presentes as autoridades locais, os homenageados e a equipe da cobertura. A Assessoria apresentou um vídeo⁷ com a programação da Feira, um pedido sugerido pela Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Eventos.

⁶ As matérias enviadas para o jornal Folha de São Borja se tornaram matérias de capa nas duas edições da semana – 27/10 e 31/10 (é o jornal mais antigo da cidade e sua periodicidade é bissetimanal).

⁷ Vídeo com a programação, disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=009Nny7LCCc>

Liberte-se sinta APRENDA
viva sonhe RIA viva
Sorria Liberte-se
Surpreenda chore encante-se
sonhe sinta RIA

27ª Feira do Livro
São Borja

O Prefeito de São Borja, Mariovane G. Weiss e a Secretária Municipal de Turismo, Cultura e Eventos Carmem Iara Corin convidam e contam com sua honrosa presença para prestigiar o lançamento da **27ª Feira do Livro de São Borja**. A realizar-se no dia 17 de outubro de 2012, às 21 horas no Memorial João Goulart (Av. Presidente Vargas, 2033).

Figura 1 - Convite para o lançamento da Feira do Livro.

A equipe realizou os primeiros contatos com todas as fontes oficiais de cada veículo antes da feira. A figura 2 apresenta a estrutura de organização das atividades realizadas pela AIFelivro.

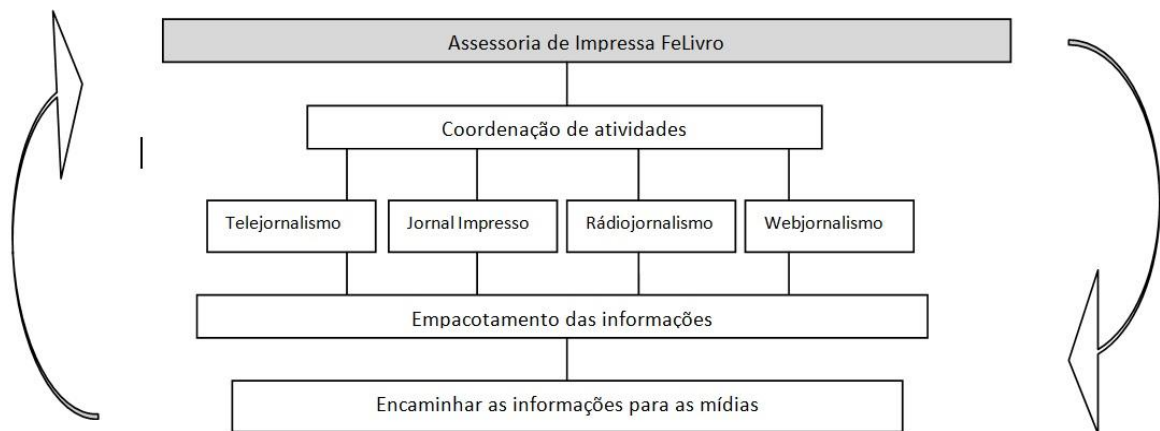


Figura 2 - Organograma com estrutura de organização das atividades

5.1 Telejornalismo

Três semanas antes de o evento iniciar, foram listados pela equipe de telejornalismo os materiais necessários para a cobertura e quais seriam os entrevistados. Após essa lista, a Assessoria reservou os equipamentos da Universidade Federal do Pampa, contatou a equipe de técnicos audiovisuais da Universidade para a colaboração na cobertura, e, agendou as seguintes entrevistas:

- Escritora Homenageada: Synara Rillo⁸ (14/09/2012 – Museu João Goulart)
- Dançarina Cadica Costa (24/10/12 – Hotel patrocinador)
- Escritor Lira Neto⁹: (27/10 – Museu João Goulart)
- Cantor Nei Lisboa¹⁰: (26/10 – Espaço do autor)

Os telejornais produzidos acima foram enviados para RBSTVUruguaiana¹¹ e para o TJ UFSC¹², nos quais divulgaram o evento.

5.2 Jornal Impresso

O jornal impresso “FeLivro Informa¹³” foi produzido antes, com o finalidade de ser um guia para os visitantes da feira. A equipe da Assessoria conseguiu patrocínio para a impressão do jornal (tabloide, oito páginas) com tiragem de 500 exemplares. Como ressaltam os autores Elisa Kopplin e Luiz Ferraretto “O assessor é o responsável pelos contatos e pela organização de todos os detalhes para a realização das entrevistas” (KOPPILIN e FERRARETTO, 2009, p. 57). Logo, foram marcadas dez entrevistas (período de 03 de setembro a 10 de outubro) para a produção das reportagens.

5.3 Radiojornalismo

Para a realização dessa cobertura, três integrantes da Assessoria e o editor-chefe do radiojornalismo foram até as rádios da cidade a fim de conseguirem um espaço para a divulgação antes e durante a feira. Foram feitas três parcerias nas rádios locais. Além disso, a Assessoria produziu¹⁴ material exclusivo para as rádios para serem veiculados.

5.4 Webjornalismo

⁸ Entrevista com Synara Rillo, disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=VkAI2jgFVz8>

⁹ Entrevista com Lira Neto, disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=yJzXQJX00do>

¹⁰ Entrevista com Nei Lisboa, disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=AbD2VYpc_vc

¹¹ Telejornal divulga Feira do Livro, disponível em: <http://globov.globo.com/rbs-rs/jornal-do-almoco/v/feira-do-livro-de-sao-borja-rs-acontece-ate-sabado-27/2213680/>

¹² Telejornal divulga Feira do Livro, disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=_y6QGPr1AhM

¹³ Felivro Informa em PDF: http://www.youtube.com/watch?v=_y6QGPr1AhM

¹⁴ Material disponível em: <https://soundcloud.com/feiradolivrosb>

Aconteceu um revezamento de horários para essa cobertura. No período diurno, uma parte da equipe da Assessoria estava cobrindo as atrações e publicando no blog. E à noite (a partir das 19h), a equipe de webjornalismo era responsável pelas publicações voltadas para o jornalismo literário. Ao todo foram 23 textos que a equipe da Assessoria produziu para blog. As redes sociais¹⁵ foram meios essenciais para uma melhor divulgação do evento. Recebemos 925 curtidas no Facebook durante os quatro dias do evento.



Figura 3 – Página da Feira do Livro no Facebook

6 CONSIDERAÇÕES

Os objetivos propostos pela equipe de Assessoria foram executados e tiveram um ótimo resultado. Destacamos como a principal facilidade em executar o projeto: a comunicação com os participantes da feira. Sempre estavam consumindo as informações produzidas pela equipe oficial da cobertura. Percebemos pela repercussão dada na cidade durante o mês da Feira e pelo total de visualizações, até o final do mês de março (2013) o blog estava sendo visitado, somando 4.200 visitas (figura 4). Vale ressaltar que o blog foi criado para a cobertura da Feira, contabilizando 15 dias, devido divulgação realizada antes do evento.

¹⁵ As redes sociais utilizadas foram - Facebook: http://www.youtube.com/watch?v=_y6QGPr1AhM/ Twitter: <https://twitter.com/FeiradoLivroSB/> Flickr: <http://www.flickr.com/photos/88847139@N02/page2>

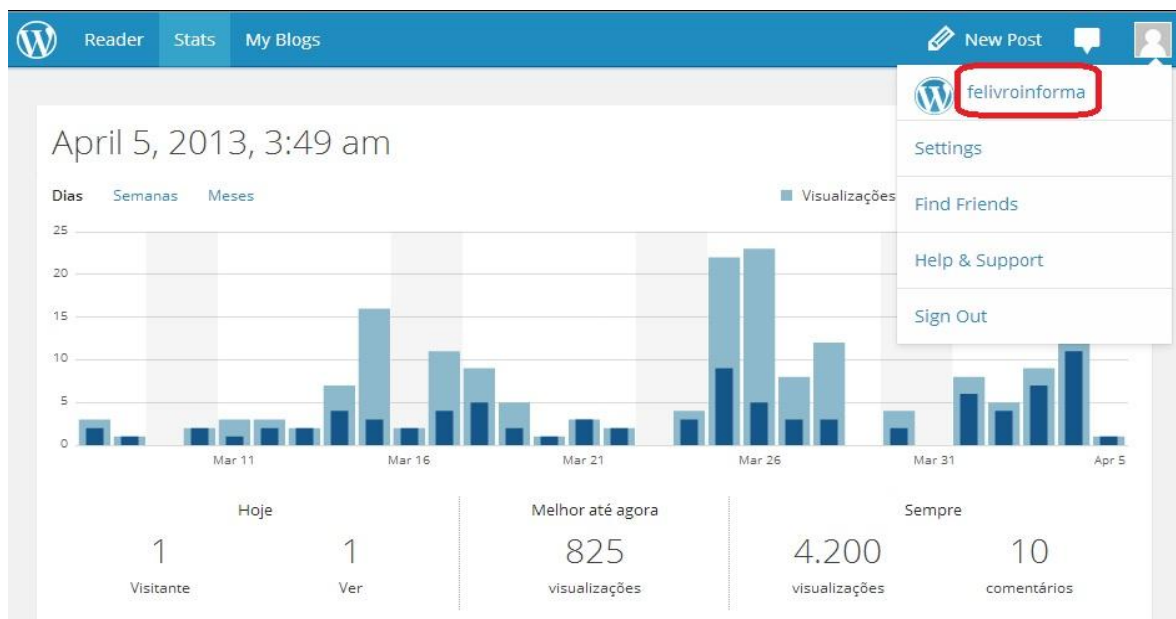


Figura 4 – Gráfico de visitas no blog da Feira do Livro.

As maiores dificuldades foram em explicar para os assessorados as funções de uma assessoria de imprensa e cultivar uma confiança para termos acesso à lista de palestrantes confirmados, e até mesmo a valores financeiros necessários para articularmos as despesas/patrocínios dos palestrantes de outras localidades. Além do desconhecimento com a função da assessoria de imprensa, tivemos que trabalhar o conhecimento das técnicas jornalísticas e da importância da comunicação em um setor ligado à área da Administração; problema não só do setor, mas da cidade onde a maioria das mídias não têm profissionais formados em jornalismo, o que dificulta por parte da imprensa local, a aceitação de ideias e técnicas propostas pelos estudantes e professores. Como afirma Rivaldo Chinem “Quem trabalha com comunicação sabe que informação tem uma função social, não deve ser apenas um negócio” (2003, p.15). Então, concluímos essa atividade desenvolvida durante os quatro dias de Feira do Livro de São Borja, contribuindo para a comunidade local e regional, aplicando numa situação prática os conhecimentos debatidos em sala de aula.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa: Como Fazer**. São Paulo: Summus, 2003.

DINES, Alberto. **O papel do jornal**. 4.ed. São Paulo: Summus, 2006.

FENAJ. **Manual de assessoria de comunicação**. 4.ed. Brasília: Federação Nacional dos Jornalistas, 2007.

FOSSATI, Nelson. **Gestão da Comunicação na Esfera Pública Municipal**. Porto Alegre: Sulina, 2006. 206p

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MOUILLAUD, Maurice. **Da forma ao sentido**. In: MOUILLAUD, Maurice. e PORTO, Sérgio. (Orgs). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: EdUnb, 2002. p. 29-35.

RIBEIRO, Renato Janine. **A universidade e a vida atual**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SALAVERRÍA, R. **Redacción periodística en Internet**. Eunsa, Pamplona, Espanha, 2005.

SCHUDSON, Michael. **Por que as Notícias São Como São**. *Comunicação e Linguagens*. N. 6, p. 17-27. Lisboa, dezembro, 1988.