

Multiplataforma Felivro Informa: cobertura jornalística multimídia da 27ª Feira do Livro de São Borja/RS ¹

Phillipp GRIPP²

Joseline PIPPI³

Vivian BELOCHIO⁴

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

RESUMO

A *Multiplataforma Felivro Informa* foi um projeto de cobertura jornalística multimídia, que também integrou a campanha publicitária, referente à 27ª Feira do Livro de São Borja, executado por acadêmicos dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Unipampa. Este *paper* tem a intenção de retratar a produção jornalística multimídia, fazendo uma breve explanação da integração com a criação publicitária, tendo em vista a sua importância para o produto final. Dessa forma, no caso da produção jornalística, os acadêmicos participantes foram responsáveis pelo planejamento e execução da cobertura multimídia informativa. Tendo por base os princípios éticos, técnicos e estéticos, o trabalho serviu como espaço de prática dos princípios teóricos nas áreas de: assessoria de imprensa, jornalismo impresso, webjornalismo, radiojornalismo e telejornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: Convergência; Multimídia; Multiplataforma; Feira do Livro; Transmídia.

1 INTRODUÇÃO

Desde a chegada da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), em 2006, na cidade de São Borja⁵, o evento Feira do Livro, que acontece anualmente no centro do município, conta com o apoio de acadêmicos e docentes do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, numa atividade de ensino e extensão de produção jornalística diária de informações.

Entre os dias 24 e 27 de outubro de 2012, a 27ª Feira do Livro vivenciou o alvoroço de sua primeira cobertura jornalística multimídia e multiplataforma⁶ nos meios impresso, radiofônico, televisivo e digital. Para isso, contou com o apoio de uma equipe de assessoria

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Produção multimídia (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, email: phidgripp@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, email: josipippi@gmail.com.

⁴ Orientadora da equipe de web da multiplataforma, meio no qual se organizou todos os trabalhos finais até o encerramento do evento, sendo o produto final submetido ao Expocom. Professora do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, email: vicabel@terra.com.br

⁵ São Borja se localiza na região da fronteira oeste do Rio Grande do Sul.

⁶ Entende-se a produção multimídia como aquela que reúne conteúdos textuais, de áudio, de vídeo e fotografias em uma mesma publicação. Já a multiplataforma é compreendida como estratégia que envolve a distribuição de conteúdos para mídias diferentes, tais como TV, impresso, rádio e Web (SALAVERRÍA, 2005).

de imprensa e com integração à produção publicitária de divulgação do evento e criação da identidade visual do mesmo⁷.

No campo do jornalismo, as coberturas multimídias e multiplataformas transformam as rotinas de produções numa atividade ainda mais intensa do que o trabalho para apenas uma mídia ou plataforma, visto que novos canais midiáticos surgem a todo o instante, obrigando os meios antecessores a se adaptarem para continuar existindo (DINES, 2006). Realizar a cobertura jornalística de um evento que movimenta uma cidade, tanto no sentido cultural quanto no econômico, implica em ter conhecimento acerca dos diferentes meios⁸ de divulgação a serem utilizados, sobre os formatos jornalísticos a serem empregados e, também, das implicações éticas, técnicas e estéticas envolvidas no processo de visibilidade das atividades (FENAJ, 2007).

A realização de atividades práticas nas disciplinas durante todo o curso é uma metodologia presente tanto no Plano Pedagógico do Curso (PPC) de Jornalismo quanto no de Publicidade e Propaganda da Unipampa, vindo, então, a corroborar a realização da atividade. Além disso, a atuação dos acadêmicos na cobertura jornalística e no planejamento e execução da campanha publicitária do evento mostra como colocar em prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula, servindo como laboratório para as práticas dentro das diferentes áreas do jornalismo (impresso, rádio, web, tele e assessoria) e da publicidade (audiovisual e produção gráfica).

Em se tratando da cobertura jornalística multiplataforma realizada durante a Feira, buscou-se proporcionar aos acadêmicos a produção de materiais informativos jornalísticos para diferentes meios, atentando principalmente para o cenário da cultura da convergência, influenciado pelas facilidades das tecnologias digitais e pelas suas variadas e distintas apropriações. Jenkins (2008, p.27) define a convergência da seguinte forma:

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

A conjuntura descrita pelo autor estabelece novos desafios ao jornalismo. As mídias noticiosas têm realizado experiências que vão além das suas propostas e dos seus limites

⁷ A integração não será explanada demasiadamente, tendo em vista que, apesar de ela ter contribuído para alguns norteamentos e finalizações estéticas dados à produção dos meios jornalísticos, este paper retrata a produção multimídia noticiosa do evento.

⁸ Cada mídia teve sua respectiva equipe de produção e foi orientada por uma professora responsável. Todos os integrantes do projeto estão registrados no link de Expediente do produto final: <<http://felivroinforma.wordpress.com/expediente/>>.

tradicionais nesse contexto (ZAGO, 2010; MOHERDAUI, 2012). Tais ações são realizadas na tentativa de seguir tais tendências e, assim, garantir a conquista da preferência do público (KOLODZY, 2006; JENKINS, 2008; SALAVERRÍA e NEGREDO, 2008; PAVLIK e McINTOSH, 2011). São exemplos: a inclusão de conteúdos colaborativos nas publicações, a atuação em *sites* de redes sociais e a distribuição de conteúdos em múltiplas plataformas, as quais atingem, cada uma a seu modo, diferentes públicos, que têm especificidades próprias de preferências no que se refere à recepção de uma informação. As atividades práticas desenvolvidas no projeto *Felivro Informa* buscaram atender às demandas deste cenário diversificado.

Schudson (1988) considera a notícia como um resultado da ação simultânea de três categorias: a ação pessoal, social e cultural. Esta observação pode, contudo, ser estendida a outros produtos midiáticos além da notícia. Desta forma, cada produto jornalístico, cada obra de ficção, cada peça publicitária, sofreria influência das pessoas que as produzem, das organizações das quais essas pessoas fazem parte, e da configuração cultural em que estão inseridas. Com base nas observações do autor, pode-se constatar que as ações pessoal, social e cultural que norteiam a construção da notícia estão diretamente relacionadas ao modo como o acadêmico entra em contato com a prática do jornalismo desde o início de sua formação profissional. Pode-se aplicar o mesmo raciocínio aos produtos publicitários: a forma como é realizada a sua inserção no meio comunicacional influencia a maneira como pensa a profissão dali por diante, o que repercute na sua produção acadêmica e, futuramente, na profissional.

Sendo assim, a interação entre academia e sociedade, desde o início do curso, proporciona ao acadêmico a oportunidade de pensar e analisar criticamente sua atuação e futura inserção no campo das práticas comunicacionais, fornecendo-lhe parâmetros de comportamento e também de conduta profissional. A multiplataforma possibilitou aos acadêmicos de comunicação, portanto, uma forma de atuar junto à comunidade, exercitando o conhecimento adquirido em sala de aula, nas diversas disciplinas oferecidas pelo curso, bem como lhes permitiu analisar criticamente suas performances frente às atuações como futuros jornalistas e publicitários, dando-lhes embasamento teórico e atividade prática em comunicação.

2 OBJETIVO

A *Multiplataforma Felivro Informa* cumpriu os objetivos de prover aos acadêmicos do Curso de Jornalismo a possibilidade de praticar a produção noticiosa, bem como a

edição e o compartilhamento, para múltiplas plataformas instantaneamente nas áreas de: assessoria de imprensa, jornalismo impresso, radiojornalismo, telejornalismo e webjornalismo. A atividade também proporcionou aos acadêmicos do Curso de Publicidade e Propaganda a possibilidade de produzir a campanha publicitária de um dos maiores eventos culturais da cidade, preparando-os para o mercado de trabalho.

O processo de prática exerceu o papel de demonstrar aos acadêmicos de jornalismo a rotina de uma sala de redação que trabalha com integração parcial, de forma colaborativa (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008). Estimulou-se a organização das pautas para os diferentes meios de comunicação atentando sempre para a convergência entre todos eles, visando à constituição de conteúdos capazes de seguir o modelo da narrativa transmidiática. Conforme 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).

A cobertura da *Multiplataforma Felivro* teve a peculiaridade da organização que impossibilitava a repetição de informações. Dessa forma, explorou as especificidades de cada meio de comunicação nos formatos e enfoques que melhor se enquadrassem em cada um deles, acarretando em produtos finais que se complementaram. Tal ação pode ser relacionada à lógica transmídia, conforme pondera Souza (2011, p.62):

A partir de Jenkins (2010), pode-se constatar que existem duas lógicas midiáticas ligadas à convergência: multimídia e transmídia. Em relação à narrativa, a lógica multimídia simboliza a concentração da história, com o uso de diferentes códigos (linguístico, textual e sonoro), em uma única plataforma. Já a narrativa transmídia compreende o uso de várias plataformas de mídias, de modo a expandir a história e a enriquecer a experiência.

Além disso, cumpriu-se o objetivo de reflexão crítica diante da atuação da imprensa e dos meios de comunicação de massa, desmistificando os conhecimentos que envolvem o profissional, a profissão e os produtos jornalísticos, incentivando os acadêmicos a discutir a responsabilidade social do exercício ético do jornalista.

Finalmente, foi possível auxiliar a Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Eventos (SMTCE) de São Borja a realizar a cobertura jornalística do evento, reafirmando a parceria institucional com a comunidade são-borjense através da veiculação de informações sobre a Feira do Livro, provendo ao público circulante no evento informações noticiosas e de serviço, visibilizando o trabalho realizado pela Unipampa em termos de cobertura jornalística e de criação publicitária.

3 JUSTIFICATIVA

A Feira do Livro, por ser um evento já tradicional e movimentar o cenário cultural e econômico da cidade, torna-se um interessante campo de teste para o conhecimento adquirido em sala de aula. A parceria entre o Curso de Jornalismo e a SMTCE já ocorre desde 2006, promovendo a interação da comunidade acadêmica com os demais setores da sociedade. O evento é o espaço ideal para a aplicação *in loco* da produção noticiosa de cobertura jornalística de eventos culturais.

Outro item importante a ser considerado é a inserção dos acadêmicos da Unipampa na sociedade são-borjense. Como Instituição de Ensino Superior que está em período de implantação, a universidade necessita do apoio da comunidade, sendo assim, a multiplataforma desenvolvida pelos acadêmicos se justificou mediante o objetivo social de integração à comunidade. A atividade, dessa forma, contribuiu para a inserção da Unipampa na sociedade de forma benéfica, voltando-se para o desenvolvimento dos acadêmicos e, por consequência, da cidade.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A Multiplataforma foi efetivamente executada a partir de diferentes eixos, em etapas concomitantes, cada uma referente a uma área específica: jornalismo impresso (jornal Felivro Informa, um tablóide em papel jornal de 08 páginas), radiojornalismo (Radio Feira, com inserções de entrevistas ao vivo e de gravações com informações históricas e de serviço produzidas anteriormente ao início da Feira), webjornalismo (manutenção das redes sociais e produção do blog <<http://felivroinforma.wordpress.com/>>, que hospedou, após a atividade finalizada, todas as produções veiculadas durante a Feira, exceto as inserções ao vivo da Rádio Feira), telejornalismo (edição especial do telejornal laboratorial Pampa News) e assessoria de imprensa, priorizando os aspectos de convergência entre os meios e redundando na cobertura jornalística multimídia de qualidade do evento.

Cada área foi responsável pela produção de materiais informativos na mídia que lhe era pertinente, veiculados no espaço da feira, durante o acontecimento do evento. Assim, foi possível configurar de maneira integrada e transmídia a cobertura jornalística. O trabalho também foi feito a partir de uma cultura colaborativa, no que se refere à coleta de diversas informações e o seu repasse para a produção em uma plataforma diferente, com um enfoque distinto.

A organização do trabalho se deu de acordo com o cronograma abaixo:

Cronograma de Atividades – Multiplataforma Felivro									
Descrição de atividades	Setembro				Outubro				
	03-08	10-14	17-21	24-28	01-06	08-13	15-20	22-27	29-31
Planejamento da Campanha Publicitária	X	X							
Execução da Campanha Publicitária		X	X						
Divulgação publicitária da Feira do Livro				X	X	X	X		
Produção e Cobertura jornalística Pré-Feira (organização de pautas, agendamento de entrevistas)	X	X	X	X	X	X	X		
Realização de entrevistas com escritores homenageados para os meios impresso, televisivo e radiofônico		X	X	X	X	X	X		
Produção do Jornal impresso				X	X	X	X		
Produção de matérias históricas de cunho cultural e seleção musical				X	X	X	X		
Cobertura jornalística Multiplataforma diária da 27ª Feira do Livro de São Borja								X	
Avaliação e produção do relatório final									X

Figura 01: Tabela com cronograma de atividades da Multiplataforma Felivro Informa.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Em se tratando da produção da campanha publicitária, a equipe foi constituída por três discentes responsáveis pelo planejamento e execução da campanha de divulgação da Feira do Livro. Foram produzidos, para a visibilização do evento, a identidade visual da campanha publicitária, que pode ser vista na figura 02; materiais impressos a partir dessa

identidade visual (cartazes, marca-páginas adesivos e folders); materiais de áudio (jingles), que foram utilizados como vinhetas nas inserções radiofônicas ao vivo da Radio Feira; e um material de divulgação audiovisual, que pode ser assistido através do link <http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=0Az6AnzDJRY>. Para tanto, também foi criado o slogan “Provoque suas emoções”, com o intuito de convidar o público para participar da Feira, demonstrando que a leitura instiga as mais diversas emoções.



Figura 02: Identidade visual da Campanha Publicitária do evento.

Enquanto isso, o trabalho jornalístico foi realizado a partir dos diferentes eixos de atuação, os quais foram orientados, respectivamente, por uma professora responsável. As especificações de cada plataforma seguem abaixo:

- **Assessoria de Imprensa da Feira** – equipe formada por oito integrantes responsáveis por sempre garantir à equipe da Multiplataforma as informações em primeira-mão, antes mesmo que as empresas jornalísticas da cidade tivessem acesso a elas; pela organização e regência das entrevistas coletivas com os homenageados, escritores e artistas participantes do evento; produção de releases para jornais e rádios da cidade e região; além de fornecer informações para os demais eixos 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 RadioFeira.

- **Jornalismo Impresso Felivro Informa** – equipe formada por seis indivíduos responsáveis pela produção do Felivro Informa, informativo de formato tablóide com oito páginas, impresso em papel jornal e diagramado a partir da identidade visual da campanha publicitária, que circulou durante todos os dias da feira. Coube ao Felivro Informa a responsabilidade de municiar de informações que os demais eixos da cobertura trataram

com menos profundidade e servir como um guia para os circulantes do evento, trazendo informações como datas e horários de tudo que aconteceria na Feira. Utilizou-se da produção de reportagens informativas, entrevistas e notas, de acordo com as especificações de gêneros de Marques de Melo (2003). O PDF do jornal impresso foi hospedado, após o esgotamento de seus exemplares, no blog do evento para leitura em formato *flip* (link: <<http://felivroinforma.wordpress.com/felivro-informa/>>).

- **Rádio Feira** – equipe formada por oito acadêmicos, que se dividiam entre os turnos da manhã e tarde, responsáveis pela produção ao vivo do material informativo para a RadioFeira, além da seleção e inserções de músicas. Cada turno teve uma equipe mínima de três indivíduos que ficaram responsáveis por circular no local do evento, realizando entrevistas e atualizando o cronograma da feira ao vivo, além de informar a hora a cada 15 minutos. No período pré-feira, a equipe trabalhou na coleta de informações e produção de matérias com teor histórico envolvendo as peculiaridades culturais de São Borja (este material também foi disponibilizado no blog do evento e pode ser acessado pelo link <<http://felivroinforma.wordpress.com/radio-feira-2/>>).

- **Telejornal Pampa News** - equipe formada por sete discentes cujo objetivo foi produzir quatro edições especiais, sobre a Feira do Livro, do telejornal laboratorial Pampa News, com notícias factuais, em formato news com a apresentação de um âncora em pé e com apenas uma câmera, veiculado num espaço com telões de projeção durante a feira e também via web, no link <<http://felivroinforma.wordpress.com/tv-feira/>>.

- **Blog Felivro** – equipe formada por sete alunos responsáveis pela produção de material informativo para o blog do evento sobre os acontecimentos diários na feira, bem como a divulgação e manutenção das redes sociais (Facebook, Twitter e Flickr), as quais faziam remissões para as postagens do blog e notificavam sobre informações enquadradas no gênero informativo de Nota, além da divulgação das fotos tiradas durante o evento. A equipe recebia informações e produções dos demais eixos, reempacotando-as para circulação na web. Os repórteres também foram responsáveis pela produção de crônicas do espaço “Outro olhar”, uma série de perfis de personagens encontrados no evento.

6 CONSIDERAÇÕES

Ao final da Feira do Livro, o facebook da página oficial do evento contabilizou 996 seguidores e o blog teve um total de 4.111 visualizações, conforme as figuras 03 e 04 abaixo, audiência essa que comprova o alcance dos objetivos do projeto.



Figura 03: Página oficial do facebook da cobertura jornalística da 27ª Feira do Livro de São Borja.

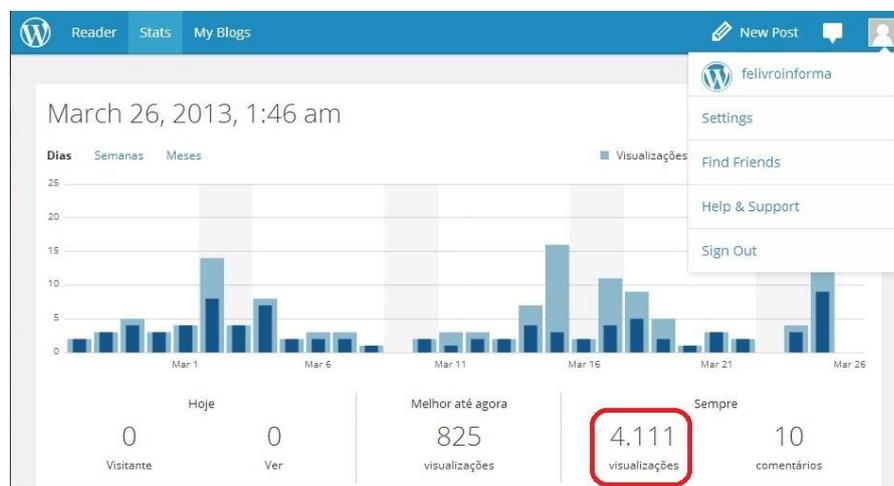


Figura 04: Página de estatísticas de visualizações do blog Felviro Informa no wordpress

Além dessas apreciações, cada meio atingiu objetivos acima dos esperados: a assessoria de imprensa cedeu entrevistas para as rádios da cidade; organizou coletivas de imprensa; produziu matérias radiofônicas, veiculadas nas rádios locais; produziu também diversos textos e fotos que foram publicados em todos os jornais de São Borja. O jornal impresso teve todos os 500 exemplares esgotados, repercutindo numa excelente recepção, com um feedback do público que se sentava no espaço do evento para lê-lo e o utilizava para se organizarem para não perderem as seguintes atrações da Feira. O fluxo de pessoas que paravam para assistir aos telejornais foi grande, além de algumas reportagens terem sido veiculadas no telejornal laboratório da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), numa parceria proposta por eles, além de terem uma média de 250 visualizações no canal do youtube. A rádio fez entrevistas ao vivo com todos os artistas (músicos, escritores, desenhistas, dançarinos, etc) de renome regional e nacional; uma seleção musical

elogiada pelos organizadores do evento; e foi procurada pelos circulantes da Feira inúmeras vezes para obterem as informações mais atualizadas sobre as atrações, o que evidenciou a confiança do público na produção jornalística.

A 27ª Feira do Livro de São Borja se consolidou como um evento de cunho cultural de tamanha abrangência num município de interior e fronteiro, que possibilitou uma narrativa tão ampla que não seria possível estabelecer sua cobertura jornalística em apenas uma plataforma midiática. A produção multimídia possibilitou aos integrantes vivenciar *in loco* a experiência de uma redação multiplataforma, estabilizando uma rotina colaborativa e de convergência entre as equipes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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.

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

KOLODZY, Janet. **Convergence Journalism: Writing and reporting across the news media**. Lanham, Maryland, USA: Rowman & Littlefield Publishing Group Inc., 2006.

MELO, Marques de. **Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3.ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MOHERDAUI, L. **Interfaces nômades. Uma proposta para orientar o fluxo noticioso na Web**. Tese de Doutorado. São Paulo, 2012.

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

PAVLIK, J. V.; McINTOSH, S. **Converging Media**. Oxford University Press, 2011.

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

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Editorial Sol90 Media, 2008.

SOUZA, Maurício D. **Jornalismo e cultura da convergência: a narrativa transmídia na cobertura do Cablegate nos sites El País e Guardian**. Dissertação de Mestrado defendida junto ao PPGCOM da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Santa Maria, RS, 2011.

ZAGO, G. **Recirculação jornalística no Twitter: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação**. Dissertação de mestrado defendida junto ao programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2011.