

FeLivro Informa: cobertura digital¹

Andressa Benites²

Sofia Silva³

Vivian Belochio⁴

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

RESUMO

O presente artigo visa relatar a experiência de produção de jornalismo digital de uma das fases da cobertura multiplataforma da Feira do Livro de São Borja. Ela aconteceu do dia 24 ao dia 27 de novembro de 2012, integrando projeto extracurricular que envolveu as atividades de assessoria de imprensa, elaboração de jornal impresso, de telejornal e de webjornal. A composição dos conteúdos explorou características como hipertextualidade, interatividade, atualização contínua e memória (MIELNICZUK, 2003). O exercício estimulou a reflexão sobre o perfil do jornalista em tempos de convergência, com relação às rotinas de redações integradas e às habilidades necessárias aos profissionais contemporâneos nesse contexto.

PALAVRAS-CHAVE: Feira do Livro de São Borja; convergência jornalística; jornalismo multiplataforma; jornalismo digital

1 INTRODUÇÃO

Hoje, é impossível pensar o jornalismo sem integração com a internet, segundo dado do IBOPE Media o total de pessoas com acesso à internet no Brasil, no terceiro trimestre de 2012, foi de 94,2 milhões. Esse número considera as pessoas de 16 anos ou mais de idade com acesso em qualquer ambiente (domicílios, trabalho, escolas, *lan houses* e outros locais), mais as crianças e adolescentes (de 2 a 15 anos de idade) que têm acesso em domicílios. Sendo assim, faz se necessário à produção de conteúdos exclusivos e convergentes para os canais da internet, que segundo Jenkins (2008) a convergência configura a alteração da lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Isso de modo a dar mais uma alternativa àqueles que buscam por informações além das que estão nos meios de comunicação tradicionais, tais como a TV e o rádio analógico e o jornal impresso.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Rádio, TV e Internet, Modalidade RT 07 Website (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: sofiasilva.jor@gmail.com

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: kithanah@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, email: vicabel@terra.com.br

Com base nessa percepção, foi realizada a cobertura digital da 27ª Feira do Livro de São Borja. A atividade integrou a estratégia de divulgação do evento em múltiplas plataformas: impresso, rádio, televisão, *Web* e mídias sociais, (disponível em <http://felivroinforma.wordpress.com/>). Cada mídia contou com grupos de acadêmicos dedicados especificamente às suas demandas. O principal espaço de exposição dos conteúdos digitais foi um site jornalístico com template da plataforma *Wordpress*. Na publicação, foram exibidas notícias factuais, materiais de telejornalismo e de radiojornalismo produzidos pelas distintas equipes envolvidas na elaboração das informações sobre a feira. A redação do site, batizado como FeLivro Informa, realizou o trabalho de “empacotamento” (FERRARI, 2004) desses conteúdos e produziu matérias mais atemporais. Logo, a cobertura foi marcada por trocas colaborativas entre as equipes que participaram do projeto. Esse tipo de ação é característica da convergência jornalística (BARBOSA, 2009; DOMINGO et. al., 2008; SALAVERRÍA; NEGREDO, 2007), conforme será explicado no decorrer deste artigo.

O site foi direcionado para o público que queria se informar na rede a respeito do evento. Atualizado continuamente com textos que permitiram ao leitor ter acesso a diferentes perspectivas do evento, por meio de *releases* adaptados para a linguagem da *Web*, matérias informativas e reportagens de cunho humanizador, esse que segundo Dos Santos e Medina (2003), refere-se ao dialogar com o entrevistado quando vai ao encontro das vivências cotidianas e colhê-las não apenas com a metodologia explicativa, mas também com os afetos e as simpatias da compreensão. A partir disso, Dos Santos afirma que é “o jornalista narrador de histórias de vida que vai dar voz àquele que não tem voz e rosto ao perdido na multidão”. Visou, também, à apresentação dos seus conteúdos com instantaneidade. A cobertura foi completada com a distribuição de informações em *sites* de redes sociais⁵ (RECUERO, 2009), que serão descritos no decorrer do artigo.

Com base nos conteúdos abordados nas disciplinas de Jornalismo Digital e de Agência de Notícias II, a equipe de webjornalismo estruturou o site seguindo algumas características do jornalismo digital indicadas por Bardoel e Deuze (2000), Palacios (2002) e Mielniczuk (2003), tais como interatividade, hipertextualidade e multimídia.

O diferencial da equipe de webjornalismo, além do trabalho com conteúdos de mídias diferentes para confluência no site, foi a “garimpagem” de personagens que fazem

⁵ A partir de Recuero (2009) as redes sociais são compostas por dois elementos que não são possíveis isolar: os atores (pessoas, instituições ou grupos, os nós da rede) e as conexões (interações ou laços sociais). E que ainda, existem dois tipos de *sites* de redes sociais: estruturados e apropriados.

parte da história do evento, mas que, normalmente, não teriam tanta atenção. Essa proposta foi chamada de “Outro Olhar”. Resultou em 12 histórias de pessoas comuns que circularam entre as atrações artísticas, escritores e estandes de livros.

2 OBJETIVO

A proposta da cobertura digital se deu em função da necessidade de divulgação 27ª Feira do Livro de São Borja também através da rede. Considerando a proposta de destaque em múltiplas plataformas do evento, um dos objetivos do site era a divulgação dos conteúdos produzidos pelas demais equipes da cobertura multiplataforma. Como dito anteriormente, as produções textuais passaram, entre outras ações, pelo processo de empacotamento. Este é definido por Ferrari (2004) como “receber um material produzido, na maioria das vezes, por uma agência de notícias conveniada, e mudar o título, a abertura, transformar alguns parágrafos em outra matéria para ser usada como link correlato, adicionar foto ou vídeo”. Assim, por exemplo, foi possível que os *releases* enviados pela assessoria de imprensa da Feira do Livro aos jornais locais fossem adaptados para a linguagem do jornalismo digital. Tais materiais foram publicados no site FeLivro Informa.

Essas adaptações se fizeram necessárias em função de que grande parte desses textos foram produzidos, sobretudo, para a publicação em jornais impressos locais. Cada texto foi analisado pela equipe de digital para que fosse possível avaliar a necessidade, ou não, do empacotamento para a posterior publicação no site. Algumas produções precisaram de uma modificação radical para adequar-se à linguagem do jornalismo digital, porém a essência informativa dos textos foi mantida.

Além das matérias informativas, a cobertura digital teve como objetivo a produção de conteúdos com tom menos institucional e mais humanizador colocados na sessão “Outro Olhar”, a equipe de digital buscou viabilizar as histórias dos bastidores da feira, a fim de tornar protagonistas aqueles que normalmente apenas figuram grandes eventos. Para tal, esse conteúdo teve como referência de redação o texto para site jornalístico, que segundo Foletto (2009) tende a se formar como um novo gênero dentro do ciberjornalismo, assumindo alguns traços definidores:

um hibridismo entre vários gêneros já estabelecidos no Jornalismo - notícia, comentário, crônica, resenha, reportagem, *sueños* - que vão ser usados a cargo do editor do blog sem que este precise estabelecer fronteiras rígidas entre eles e um aproveitamento melhor do potencial de conversação estabelecido na blogosfera, que torna a redação e também a edição e a revisão um processo não-finalizado (BRUNS,

2005) e em constante movimento (BRADSHAW, 2008b, on-line). (FOLETTTO, 2009. p. 9)

Sendo assim, com o texto para site jornalístico, procurou-se realizar práticas características da convergência jornalística, com destaque para a produção colaborativa de materiais noticiosos entre equipes de mídias distintas (DOMINGO et. al., 2007; SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008; BARBOSA, 2009; PAVLIK; McINTOSH, 2011). Tal movimento possibilitou a produção e a distribuição de pautas integradas em múltiplas plataformas. Tudo a partir de uma tentativa de simular situações do cotidiano de redações parcialmente integradas. Segundo Salaverría e Negredo (2008), esse tipo de redação normalmente trabalha de forma cooperativa. Ocupa espaços físicos diferentes para suas produções, porém realiza trocas estratégicas de ideias e de conteúdos para vários meios.

Através desse sistema, os produtos jornalísticos da cobertura multiplataforma da Feira do Livro de São Borja foram concentrados no site. Isso facilitou o acesso do público a todas as produções jornalísticas relacionadas à feira, uma vez que os leitores passaram a contar com a opção de consumir as informações de cada mídia em um único lugar.

3 JUSTIFICATIVA

A relevância desse tipo de atividade está na possibilidade da realização de práticas de redações convergentes. Trata-se de uma tendência contemporânea, que é realidade em grandes redações como a Folha de São Paulo, Zero Hora e *The New York Times* (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008). A experiência de trabalhar e reunir conteúdos de mídias diferentes na ambiência digital, especificamente numa plataforma da *Web 2.0* de acesso gratuito, permitiu a prática que parte da apropriação de conceitos e tecnologias disponíveis. O resultado foi o enriquecimento da compreensão dos acadêmicos a respeito dos possíveis desafios que poderão enfrentar quando ingressarem no mercado de trabalho, especialmente em redações integradas.

A cobertura de eventos é uma das várias atividades ordinárias do jornalismo. Quando a prática dessa cobertura é realizada para diferentes veículos, aprende-se a apropriação adequada das potencialidades específicas de cada um deles. Como afirma Belochio (2010) “o jornalismo vem se desenvolvendo de forma estratégica no ciberespaço, desde que reconheceu a importância de se adequar ao perfil dos leitores e às tecnologias características deste meio”. A cobertura digital da Feira do Livro de São Borja procurou tais

adequações, não apenas pela forma acessível do site como também pelas suas extensões nas redes sociais.

Recuero (2009) define os sites de redes sociais como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). Tais espaços foram utilizados, durante a cobertura da Feira do Livro, não apenas como canal de descarregamento do conteúdo do site, mas também se considerando as suas potencialidades e limitações. Em outras palavras, foram definidas e aplicadas formas estratégicas de atuação através das redes sociais.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A dinâmica de alimentação do site e suas extensões no *Facebook*, no *Twitter* e no *Instagram* foram organizadas a partir da divisão estratégica da sua equipe. Ao todo, sete pessoas mais a professora coordenadora integraram o grupo que realizou as atividades durante a Feira. Seu trabalho foi dividido em turnos dentro da equipe do jornalismo digital. Em cada turno havia um ou dois alunos nas seguintes funções: distribuição de conteúdos em redes sociais, reportagens de garimpagem, referentes aos conteúdos da coluna “Outro Olhar”, fotografias, edição de redação e edição geral.

As funções se dividiram da seguinte forma: o gerenciamento das redes sociais ocorreu a partir de postagens sobre as últimas atualizações do site, fotos das atividades da feira, instruções sobre sorteios de livros, além de ronda do *feedback* dos leitores; alguns dos cuidados tomados nessa função já foram apresentados, acima, nas descrições das potencialidade do *Facebook e Twitter*. O repórter de garimpagem buscava os seus personagens a partir de passeios no ambiente da Feira, mediante a sua observação pessoal. Depois, da apuração, redigia o material e repassava para a edição. O fotógrafo ficava à disposição para auxiliar as redes sociais, o repórter de garimpagem e o *Flickr*. Esse último, apesar de também ser uma rede social, foi utilizado como depósito das fotos, cuidadosamente, organizadas.

O processo de publicação dos textos ocorreu da seguinte forma: o editor de redação era quem revisava o conteúdo do repórter que fez a garimpagem, além dos conteúdos de empacotamento dos *releases* da Assessoria de Imprensa. O material era sempre enviado ao *e-mail* da equipe de digital (felivroinforma@gmail.com). Assim que o editor recebia o texto, era enviada uma mensagem de recebimento do material. Se o texto fosse da assessoria de imprensa, era cuidadosamente analisado para que as modificações necessárias

fossem feitas. Já se a produção textual fosse da equipe de webjornalismo, o editor fazia uma revisão textual prévia. Ambos os tipos de textos e suas respectivas fotos eram ajustados no corpo de texto da publicação do site. Por fim, publicava-se no rascunho do site para a apreciação do coordenador da equipe.

O professor coordenador da equipe de digital era quem fazia a última revisão e, de fato, publicava o conteúdo no site. O editor de digital gerenciou todo o fluxo e sincronismo da equipe, tanto em relação à sua comunicação, que acontecia de forma rápida para evitar o efeito dominó de atrasos, como na troca de turnos, para que não houvesse baixa em nenhuma das funções.

Fisicamente, a equipe foi dividida em dois núcleos, que trabalharam em locais diferentes: o grupo responsável pelas redes sociais ficou junto às instalações da feira. O outro núcleo permaneceu junto à redação integrada que era composta pela presença das equipes de telejornalismo e assessoria de imprensa; a divisão do mesmo espaço físico foi de grande contribuição para que eventuais pormenores fossem sanados sem demora.

Ainda sobre os turnos, esses foram organizados para cobrir a Feira em três momentos: de manhã, das 8h às 12h; à tarde, das 14h às 17h, e à noite, das 17h até o final das atividades. Cada aluno escolheu os seus turnos e a troca ou não de funções também ficou à escolha do aluno.

Para a cobertura foram utilizados, em relação as características do conteúdo, o *Facebook*, o *Instagram* e o *Twitter*. Situação de postagem que explora a potencialidade do *Facebook*, por exemplo, é a utilização da combinação de foto com pequenas manchetes desenvolvidas com linguagem mais leve, mas não informal. Em outros casos, eram postados comunicados sobre as atualizações do site, com a combinação de *lead* e link. As instruções repassadas para o responsável das redes sociais eram focadas na exploração dessas combinações, mantendo a atenção a detalhes como: não esquecer o crédito das fotos, publicadas, sempre, no mesmo padrão (Foto: Nome); além da qualidade das fotos, selecionadas com calma para que chamassem a atenção dos leitores pela relevância e estética e, assim, estimulassem curtidas e compartilhamentos. Na composição dos textos para as postagens do *Facebook* não foram utilizados *emoticons*⁶, por um pré acordo entre os editores. Entretanto, esse tipo de caractere compõe uma linguagem que se enquadraria nessa

⁶ A partir da etimologia da palavra, *emoticon* origina-se das expressões inglesas: *emotion* (emoção) mais *icon* (ícone), às vezes, também chamado de *smiley*. É formado com um combinado de caracteres tipográficos que remetem a uma expressão facial e que há por objetivo simbolizar o estado emotivo de quem os emprega. Exemplos: ☺ *emotion* feliz. ☹ *emotion* triste.

rede social. Outro detalhe foi o tempo entre o intervalo das postagens, que foi estabelecido entre 20 minutos a 30 minutos.

Para o *Twitter* foi utilizado, dentro das possibilidades técnicas, a Cobertuite, que segundo Silva (2012) é publicação intercalada de *twittes* frios e quentes para que exista um o fluxo contínuo. A partir de Silva (2012) o *twitte* quente refere-se à descrição de uma atividade que está se decorrendo no momento da publicação, enquanto o frio é para a publicação das próximas atividades incluídas na programação, isso acontece, pois para um Cobertuite é considerando o fluxo ininterrupto. No caso, da cobertura da Feira, foi estimulada a alimentação com os intervalos de postagem, no *Twitter*, de cinco minutos, quando na falta de um *twitte* quente, que poderia ser, por exemplo, a descrição de uma atividade que estava acontecendo no palco principal, seja por texto ou foto; era postado um *twitte* frio, anunciando, por exemplo, uma próxima atividade da programação ou anunciando, com link, uma postagem do site.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O site FeLivroInforma, mesmo nome do jornal impresso, foi montado em plataforma gratuita do WordPress.com. Organizado em abas para acomodar os produtos das outras plataformas, além de fornecer a programação e o expediente geral de toda a cobertura multiplataforma.

O *layout* do site é conteúdo da campanha publicitária que tinha como tema: “Provoque suas Emoções”. Esse material também foi usado para a capa da página do *Facebook*. O design do site foi estruturado de modo a permitir a exibição das informações de forma clara e limpa. Dessa forma, acredita-se que os seus elementos visuais não exageraram nas quantidades e tamanhos.

Figura 1 – Imagem da página inicial do site.



Fonte: felivroinforma.wordpress.com

Como se pode observar, o site tem um layout limpo e possui a identidade visual da Feira do Livro. Os textos são justificados e existem abas para cada tipo de mídia, a fim de facilitar ao público a navegação pelo site. Os *plugins* para redes sociais estão à direita, para facilitar sua visualização.

6 CONSIDERAÇÕES E APONTAMENTOS

Atividades de extensão, desse caráter, incluídas na rotina dos alunos, são importantes para que seja possível vivenciar situações próximas da realidade do mercado, acrescentadas, ainda, por momentos de possíveis experimentações sem a pressão do mercado. Exemplo disso é testar dinâmicas de trabalho como a de redações integradas, conforme ocorreu na cobertura da Feira do Livro de São Borja em 2012.

Além, de ser possível, observar o que cada função em particular pode oferecer; com relação à atividade de empacotamento, percebeu-se, por exemplo, que o conteúdo vindo da assessoria não sempre está adequado a linguagem do jornalismo digital (BARDOEL e DEUZE, 2000; PALACIOS, 2002; MIELNICZUK, 2003).

Sobre a coluna “Outro Olhar” foi possível experimentar o texto com caráter humanizar (DOS SANTOS), pois esse tipo de texto é possível, como afirma Foletto (2009), dentro dos vários estilos de redação desenvolvidos em blogs jornalísticos. E, em relação a aos trabalhos colaborativos entre as equipes da cobertura da Feira, enquanto redação

integrada, percebeu-se que trabalhos são poupados e melhorados quando toda a equipe consegue se comunicar e assim pode-se atualizar, e ajudar, ainda que com pequenas sugestões e opiniões. Sendo assim, para os alunos foi possível verificar e comparar a teoria com a prática e notar se o que é discutido em aula é viável ou não.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, S. (a) **Convergência jornalística em curso: as iniciativas para integração de redações no Brasil**. In: RODRIGUES, C. *Jornalismo ON-LINE: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009.

BARDOEL, Jo & DEUZE, M. **Network Journalism: converging competences of old and new media professionals**. Disponível em: <<https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf?sequence=1>>. Acessado em 29 mar. 2013.

BELOCHIO, V. **A arquitetura da participação como padrão e fator de tensão no jornalismo digital: o lugar do colaborativo hiperlocal nas publicações em rede**. In: IV Simpósio Nacional da ABCiber, Anais... Rio de Janeiro, RJ, 2010.

DOMINGO, D. et al. (2007). **Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain**. Disponível em: <http://journalism.utexas.edu/online-journalism/2007/papers/Domingo.pdf>.

DOS SANTOS. A. J. **O pensamento dialógico e compreensivo na construção de histórias de vida**. Disponível em <<http://www.pedrinhoguareschi.com.br/documentos/27opensamentodialogicoecompreensivoaconstrucaodehistoriasdevida23200.pdf>>. Acessado em 01 abr. 2013.

FERRARI, P. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

FOLETTI, L. **Apontamentos sobre edição e redação no blog jornalístico**. In: VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Anais... São Paulo, SP, 2009.

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

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

MIELNICZUK, L. **Características e Implicações do Jornalismo na WEB**. In: II Congresso da SOPCOM. Anais... Lisboa, 2001.

PALACIOS, M. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória**. Salvador: Calandra, 2003.

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

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

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

SILVA, S. **Cobertures: Tuiteir Quente e Tuiteir Frio**. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais... Fortaleza, CE, 2012.