

Práticas de narrativas multimídia em multiplataformas: a experiência do jornal laboratório da FAC/UnB

Practices of multimedia in multiplatform narratives: the experience of the newspaper laboratory of FAC/UnB

Prácticas de narrativas multimedia en multiplataforma: la experiencia del diario laboratorio de la FAC/UnB



Paulo Henrique Soares de Almeida

paulo.almeida@fac.unb.br

Doutor em Comunicação pela
Universidade de Brasília (UnB)

Enviado em: 30/11/2022

Aceito em: 23/04/2024

DOI: 10.46952/rebej.v14i33.1138

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar a experiência de estudantes do curso de jornalismo na elaboração de narrativas multimídias para dispositivos móveis. Para isso, o estudo analisa como os alunos da Faculdade de Comunicação, da Universidade de Brasília (UnB), produziram notícias para o Campus Multiplataforma, jornal laboratório da instituição, durante o primeiro semestre de 2022. Utilizando como metodologia a Análise de Conteúdo, o estudo discute como os estudantes praticaram importantes competências do jornalismo exigidas no mercado de trabalho contemporâneo, como convergência, gestão de conteúdos on-line, redação virtual, critérios de noticiabilidade, acessibilidade e recursos multimídias para multiplataformas.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo Multimídia. Multiplataformas. Jornal laboratório.

ABSTRACT

This work aims to present the experience of journalism students in the elaboration of multimedia narratives for mobile devices. For this, the study presents how students from the Faculty of Communication, University of Brasília (UnB), produced news for Campus Multiplataforma, the institution's newspaper laboratory, during the first half of 2022. Using Content Analysis as a methodology, the study found that students practiced important journalism skills required in the contemporary job market, such as convergence, online content management, virtual writing, newsworthiness criteria, accessibility and multimedia resources for multiplatforms.

KEYWORDS

Multimedia Journalism. Multiplatforms. Journal laboratory.

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo presentar la experiencia de estudiantes de la carrera de periodismo en la elaboración de narrativas multimedia para dispositivos móviles. Para eso, el estudio analiza cómo los alumnos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Brasília (UnB) produjeron noticias para el Campus Multiplataforma, el diario laboratorio de la institución, durante el primer semestre de 2022. Utilizando el Análisis de Contenido como metodología, el estudio analiza cómo los estudiantes practicaron importantes habilidades periodísticas requeridas en el mercado laboral contemporáneo, como la convergencia, la gestión de contenidos en línea, la escritura virtual, los criterios de noticiabilidad, la accesibilidad y los recursos multimedia para multiplataformas.

PALABRAS CLAVE

Periodismo Multimedia. Multiplataformas. Diario laboratorio.

1 INTRODUÇÃO

O avanço das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) vem demandando a adaptação de diversos setores à nova realidade, e com o jornalismo não é diferente. Desde o nascimento da internet comercial na década de 1990, a imprensa lida com mudanças, transformando as rotinas de produção, distribuição e consumo. Nem mesmo o modelo inicial do jornalismo digital se mantém intocado e estudiosos do campo já demarcaram algumas fases. John Pavlik (2001) sinalizou três etapas da evolução do jornalismo on-line: na primeira, conteúdos publicados nos meios tradicionais são também disponibilizados na web; na segunda fase, começam a ser produzidos materiais para o universo on-line, como hipertextos, interatividade, e em alguns casos até mesmo fotografias, vídeos e sons; e na terceira fase, há produção exclusiva para internet, com características específicas da web, como personalização, hipertextualidade, memória e instantaneidade.

Barbosa (2013) completa a pesquisa de Pavlik ao defender a tese de um *continuum multimídia*, sugerindo uma quarta etapa, com redação integrada, agilidade, narrativa dinâmica, cibermeios mais autênticos e produção para multiplataformas; e ainda uma quinta geração, marcada pela participação das mídias móveis e aplicativos. Logo, computadores, smartphones, bases de dados, buscadores e redes sociais são elementos importantes da comunicação na contemporaneidade.

Tudo é rápido na era digital. E no Brasil, onde o número de domicílios com acesso à internet chegou a 90%, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (2021), essas transformações tecnológicas impactam diretamente a formação do jornalista. Este, além das técnicas tradicionais da profissão, como ética, apuração dos fatos e pluralidade das fontes, deve se adaptar aos novos modelos de produção e consumo das notícias, saber como utilizar as novas plataformas digitais e integrar os novos recursos multimídia.

Nesta nova fase da web, na sala de aula, os estudantes precisam dominar habilidades diversas, desde a escrita concisa para redes sociais até a produção de conteúdo audiovisual, análise de métricas, ferramentas de inteligência artificial e, cada vez mais, navegar com responsabilidade em um ambiente onde a desinformação pode se espalhar rapidamente. Logo, a formação em jornalismo deve ser adaptável e dinâmica, preparando os futuros profissionais para as demandas atuais, mas também para as transformações contínuas do campo. Mas como promover uma prática pedagógica orientada para formar este novo profissional? Quais estratégias de ensino podem ser implementadas para capacitar estudantes a lidar com um jornalismo cada vez mais orientado para redes sociais e habilidades multimídia?

Neste contexto, este artigo tem como objetivo apresentar a experiência desenvolvida com estudantes do primeiro semestre de 2022 na disciplina Campus Multimídia, do curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB). A proposta é apresentar como os alunos, ao se prepararem para o mercado de trabalho, elaboraram narrativas para as multiplataformas da disciplina, destacando os pontos positivos, observações e sugestões de melhorias em estratégias para o uso das ferramentas em sala de aula.

2 JORNALISMO MULTIMÍDIA

Autores como Canavilhas (2014), Palácios (2003), Bardoel e Deuze (2001) apontam como características do ciberjornalismo: interatividade, hipertextualidade, personalização,

memória, instantaneidade, ubiquidade e multimídia, sendo esta última a combinação da mídia estática (texto, fotografia e gráfico) com a mídia dinâmica (vídeo, áudio, animação etc.).

Por narrativa multimídia, a pesquisadora Raquel Ritter Longhi (2014) define tais produtos como formatos noticiosos hipermediáticos. No entanto, é preciso ter em mente que, para se ter uma narrativa jornalística multimídia, é necessário muito mais que utilizar diferentes elementos, como texto, fotografia, vídeo, áudio, ilustrações, soluções imersivas, sensoriais, entre outros. Ramón Salaverría (2005) orienta que esses recursos devem dialogar entre si na mesma tela, enriquecendo a informação a ser passada. Ou seja, todo conteúdo expresso deve contribuir para a construção do que é mostrado, evitando a redundância. Logo, a narrativa multimídia é um desafio e deve ser entendida como prática singular, na qual a linguagem audiovisual e os recursos da internet se misturam e colaboram um ao outro para contar a história. Destaque ainda para o design, visto que o sucesso de uma narrativa multimídia é indissociável do seu efeito estético e usabilidade.

No contexto histórico, Longhi (2014) observa que, assim como nos anos 2000 o jornalismo on-line ganhava força, é também neste período que os especiais multimídia começaram a chamar atenção pelas suas qualidades expressivas. Neste início, os primeiros recursos utilizados com este propósito interativo são os *slides-show*, aproveitando as potencialidades do ambiente hipermediático, e de *softwares* como o Flash. A partir do final da década de 2000, com as possibilidades abertas pelo surgimento do HTML5, os produtos multimidiáticos jornalísticos se renovaram e anunciaram a consolidação da grande reportagem multimídia, impulsionada ainda pelo avanço das ferramentas e tecnologias de acesso à web, como tablets e celulares.

Entre os exemplos de reportagem multimídia, o jornal *New York Times* é uma das principais referências no pioneirismo. A matéria chamada *Snow Fall*, publicada em 2012, é considerada um marco, ganhando prêmio Pulitzer na categoria *Feature Writing* (redação especial). Ela conta a história de uma avalanche que aconteceu em Washington, norte dos Estados Unidos, em fevereiro de 2012. O incidente matou três dos 16 atletas que praticavam *showboard* nas montanhas Cascade. Para a construção da reportagem, durante seis meses foram ouvidos todos os sobreviventes, familiares, especialistas e integrantes das equipes de resgate. A diferença é que, além do texto com o estilo característico do *New York Times*, *Snow Fall* reuniu também uma série de inovações na forma de apresentar a história ao público. Um misto de longos textos, vídeos, áudios e efeitos de animações tridimensionais até então inéditos.

No Brasil, os impactos mais visíveis do modelo surgiram cerca de um ano depois em reportagens como *Tudo Sobre a Batalha de Belo Monte*, publicada no site da Folha de S. Paulo. Em 2013, o jornal Gazeta do Povo, integrante do Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCom), também publicou a matéria on-line *Erva Mate – O ouro verde do Paraná*, abordando as origens, produção, economia, o ritual do chimarrão e a burguesia que floresceu da erva, utilizando recursos como vídeos, infográficos e mapas. A reportagem multimídia *Rota 66, a confissão*, publicada pelo site O Estado de S. Paulo, em 25 de abril de 2015, também é outro exemplo de como as narrativas jornalísticas multimídias são trabalhadas no Brasil, por meio de diferentes recursos. A matéria narra um caso de violência policial da Rota paulistana durante a ditadura militar e apresenta ao leitor um conteúdo de fôlego, composto por três capítulos com textos, fotos, imagens de arquivo, vídeos, *slideshows*, *podcasts* e gráficos. Mais recentemente, os sites TAB UOL e Nexo entraram na lista de veículos brasileiros que apostam nas grandes narrativas multimídias para levar mais informação ao leitor, com dados, interatividade, conteúdos imersivos e recursos de inteligência artificial.

Além das reportagens *longform*, como os exemplos acima, as narrativas com diferentes recursos visuais e interativos também podem ser trabalhadas em multiplataformas. Entre as estratégias de construção desses conteúdos estão as narrativas transmídias, isto é, utilização de várias plataformas midiáticas que se convergem para contar uma história, sendo que cada novo texto contribui de forma distinta para tal (Jenkins, 2013). Uma vez que um único texto não conseguiria abranger todo o conteúdo da narrativa, um texto central oferece vários pontos de acesso ao enredo, passando a ser explorado em outras mídias tais como jogos digitais, histórias em quadrinhos, sites, blogs, redes sociais etc.

Salaverría (2015) aponta alguns fatos preponderantes para o avanço dessas narrativas multimídias e em multiplataformas: simplificação dos processos de publicação de conteúdos audiovisuais na internet; dinâmica de comunicação multilateral facilitada pelas redes sociais, que proporcionam contribuição de conteúdos cada vez mais ativa por parte dos internautas; ascensão dos dispositivos móveis como ferramentas de captação, distribuição e consumo de conteúdos multimídias; e a estratégia de diferenciação adotada por certos meios de comunicação e pelos seus concorrentes, procurando oferecer formatos interativos bastante avançados, capazes de conquistar a atenção do leitor.

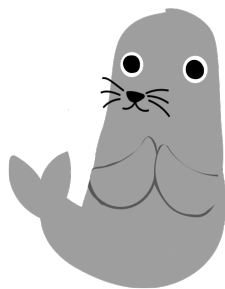
3 JORNAL LABORATÓRIO CAMPUS MULTIPLATAFORMA

Campus Multimídia é uma disciplina prática, criada em 2017, para os alunos do curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da UnB (FAC/UnB). Componente da grade de disciplinas obrigatórias do curso e alocada no 5º período, o objetivo é criar um ambiente de redação integrada, criativa e inovadora, a fim de familiarizar os estudantes às rotinas de produção jornalística no universo multimídia. Para isso, os alunos trabalham com o Jornal Multiplataforma. Nele, a equipe de cada semestre deve desenvolver e executar um projeto editorial de forma coletiva, em diferentes canais de comunicação. As bases didáticas são Paulo Freire e metodologias ativas nas quais, aos poucos, o protagonismo das aulas se transfere do professor aos estudantes.

Para tanto, os alunos se organizam em funções como editores-chefes de plataforma, editores, editor de arte, chefe de reportagem e repórteres. A existência ou não de determinadas funções varia a cada semestre, conforme as necessidades estabelecidas pelo projeto desenvolvido por cada turma. Procura-se formato organizacional horizontalizado com poucos degraus hierárquicos e sem chefias isoladas. Um Conselho Editorial comanda a produção colegiadamente em vez de um diretor. O professor integra o Conselho Editorial como secretário de Redação em nível hierárquico semelhante aos demais integrantes, com direito a voto igualitário nas decisões colegiadas (Barcellos, 2020).

Cada plataforma publica seu conteúdo, produzido com linguagem adequada a ela e ao seu público, utilizando ferramentas oferecidas pelo suporte. O público-alvo do jornal é a própria academia da universidade e, portanto, as matérias são todas relacionadas de alguma forma ao universo da UnB. Para padronizar a percepção do público do *campus*, foi definida uma identidade visual comum a todas as plataformas. O jornal também está associado à imagem do mascote *Campusito*, um selo estilizado de foca, com o significado de “repórter júnior” (Figura 1).

FIGURA 1: CAMPUSITO.



FONTE: TWITTER - @CAMPUSITOFACUNB. CRÉDITO/ANA LAURA PINHEIRO.

No primeiro semestre de 2022, os alunos trabalharam com cinco plataformas: *App* (app.campus.fac.unb.br), *Instagram* (@campusmultiplataforma), *Twitter* (@campusitofacunb), *Spotify* (Campus Multiplataforma) e *TikTok* (@campusonline). A disciplina foi dividida em blocos: apresentação; duas fases de produção; duas fases de publicação, com análise do resultado de cada etapa; e elaboração de um memorial descritivo final.

Na fase de apresentação, o professor fornece o conhecimento necessário para a etapa de produção por meio de aulas teóricas. Entre os temas do primeiro semestre de 2022, os estudantes debateram as inovações em jornalismo e redes sociais na atualidade, como métricas, algoritmos, inteligência artificial, jornalismo de dados e recursos para acessibilidade. Foi realizada a apresentação de cada plataforma disponível na disciplina, oficina de arte no Canvas para treinamento da elaboração dos recursos multimídia, oficina de edição de vídeo no celular por meio do aplicativo *Capcut* e bate-papo com os editores que participaram do semestre anterior. O objetivo nesta etapa é estimular a criatividade, troca de experiências e *networking* entre os participantes.

Na sequência, vem a etapa de organização da equipe. Para isso, a turma se organiza entre editores e repórteres para cada plataforma, define o plano editorial do semestre, as pautas e o cronograma de publicação para cada rede social. Os estudantes publicam as matérias de acordo com o que aprenderam nas aulas teóricas e o que avaliam ser mais eficiente. No semestre em estudo, no final de cada semana de publicação, foi feito um balanço para analisar a experiência dos alunos, as métricas e a repercussão do conteúdo. De acordo com os dados obtidos, foi reformulada a segunda fase.

Esta fase consiste em produzir e publicar as matérias de acordo com os dados obtidos na primeira etapa. O que deu certo, procura-se manter e aprimorar. O que deu errado, é necessário alterar. As notícias podem ser divulgadas em horários específicos predeterminados ou até mesmo em tempo real, de acordo com a necessidade de cada plataforma e conteúdo. Durante a fase de produção, o papel do professor tende a diminuir e a turma se torna autônoma na gestão do Campus. Há reuniões de pauta antes do início da produção de cada fase e reuniões semanais ao longo da publicação para que a turma possa conversar entre si.

O jornal laboratório também permite ao estudante a prática da gestão de conteúdo em equipe. Para isso, no primeiro semestre de 2022, as ferramentas e materiais utilizados foram: *Trello*, para organizar a redação, produção e edição dos conteúdos; *Canva*, onde ficaram agrupados os elementos de identidade visual, como cores institucionais e variações de fonte, além de algumas ilustrações do Campusito; e pastas agrupadas no *Google Drive*, com os textos, imagens e ilustrações da publicação. Para a comunicação interna e mais dinâmica, a equipe utilizou grupos no *WhatsApp*.

4 METODOLOGIA E ANÁLISE DO JORNAL CAMPUS MULTIPLATAFORMA

A metodologia de estudo utilizada neste artigo é a Análise de Conteúdo, por entendermos que ela permite a descrição sistemática, objetiva, quantitativa e qualitativa, além de possibilitar o agrupamento de características, inclusive em conteúdos publicados nas redes sociais. Bardin define esta metodologia como:

Conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 1977, p. 42).

Bardin diz ainda que a análise de conteúdo possui três etapas importantes: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados. No processo de análise dos dados selecionados, é necessário categorizá-los de acordo com as unidades de registro escolhidas, que podem ser baseadas em assuntos, palavras ou frases. Isso permite aprofundar o estudo do tema, tornando-o mais claro e compreensível. Logo, neste trabalho, observamos como os alunos trabalharam nas diferentes plataformas do jornal laboratório da FAC seguindo as seguintes categorias: modo como cada ferramenta foi utilizada; recursos multimídia encontrados; o que deu certo; e sugestões de melhoria.

No primeiro semestre de 2022, a disciplina Campus Multimídia contou com 13 estudantes. No início das aulas, uma votação entre os alunos define as plataformas que serão utilizadas durante o semestre. Desse modo, a equipe decidiu trabalhar com o *App*, *Instagram*, *Twitter*, *TikTok* e *Spotify*. Em seguida, cada estudante escolheu qual equipe gostaria de participar, ficando a turma dividida da seguinte forma (Figura 2):

FIGURA 2.

Arte	2 editores
App	1 editora e dois repórteres
Instagram	1 editora e 2 repórteres
Twitter	1 editor e 2 repórteres
TikTok	1 editor e 1 repórter
Spotify	1 editor e 1 repórter

FONTE: ELABORADA PELO AUTOR.

Antes do período de publicação, a turma, com o auxílio do professor, realizou uma pesquisa entre os estudantes da disciplina de Empreendedorismo para avaliar os interesses e expectativas do público-alvo em relação ao jornal Campus Multiplataforma. Essas informações foram importantes para direcionar os editores e repórteres na construção do plano editorial, bem como as decisões de pautas. Embora tenham sido utilizadas cinco plataformas durante o semestre, por conta do espaço, serão analisadas neste artigo apenas três: *App*, *Twitter* e *TikTok*.

4.1 APP

Em desenvolvimento desde 2017, o aplicativo para dispositivos móveis Campus Multiplataforma está na quarta versão. O app foi desenvolvido em parceria entre alunos da disciplina de Desenvolvimento de Aplicativos, ofertada pelo Departamento de Ciência da Computação (CIC/UnB), e a disciplina Campus Multimídia, da Faculdade de Comunicação (FAC/UnB). A ferramenta surgiu com o objetivo de agregar as plataformas até então utilizadas pelo jornal laboratório e veicular notícias curtas, com no máximo 600 caracteres, cerca de 14 linhas vistas na tela de um *smartphone*. O app também conta com a opção de incorporar imagens, áudios ou vídeos. As métricas são observadas pelo *Google Analytics*, que possibilita extrair o perfil do leitor e avaliar ações dos usuários dentro da plataforma.

Durante o primeiro semestre de 2022, o Campus Multiplataforma teve matérias originais criadas exclusivamente para ele. Os critérios para a escolha das pautas eram a conexão dos assuntos com a UnB e a possibilidade de exploração do tema. Enquanto os acontecimentos pontuais e urgência eram publicados em redes como o *Twitter* e *TikTok*, pautas consideradas frias e que pudessem ser acrescentadas de entrevistas, imagens, gráficos, vídeos e outros recursos multimídia que levavam mais tempo para serem elaborados eram selecionadas para o site.

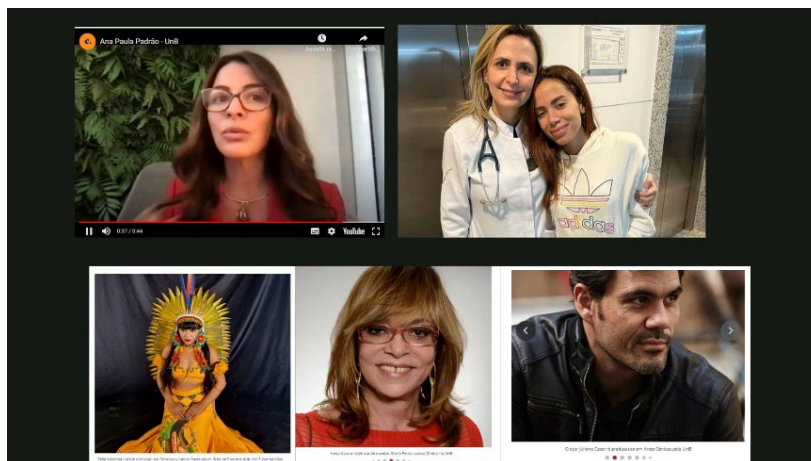
Neste contexto, na primeira fase de postagens, devido às aulas teóricas e à organização do calendário, que estava mais curto por conta do retorno pós-pandemia de covid-19, somente duas matérias foram publicadas: *Ex-alunos notáveis da UnB*; e *16 anos de Lei Maria da Penha*. Já na segunda fase, quatro matérias foram postadas: *Intercâmbio na UnB*; *RU da UnB: necessário como sempre, caro como nunca*; *Docentes racializados na UnB*; e *Recorde de jovens eleitores em 2022: o impacto da participação universitária na política*.

Devido às limitações do App Campus – que possui até 600 caracteres para publicação – a equipe do semestre escolheu utilizar como apoio uma *landing page* feita no *Google Sites* para cada uma das matérias. O link da matéria específica só ficou disponível para o público por meio do botão “leia mais”, dentro do conteúdo no app. Ou seja, só entrando no aplicativo é que as pessoas poderiam ter acesso à matéria completa no *Google Sites*. Isso foi feito para concentrar os acessos apenas no aplicativo e não nos links das *landing pages*, facilitando as análises das métricas.

Na matéria *Ex-alunos notáveis da UnB*, publicada em 23/07/2022, a equipe do app entrevistou as egressas Ana Paula Padrão, formada em jornalismo; e a médica Ludhmila Hajjar, e utilizaram vídeos com legendas e fotos como recursos multimídias. Também foi inserido na reportagem um carrossel de imagens com 10 ex-alunos notáveis, como a escritora e roteirista de novelas, Glória Perez, que cursou Direito na UnB, e Célia Xakriabá, que cursou mestrado em Desenvolvimento Sustentável (Figura 3).

FIGURA 3: RECURSOS MULTIMÍDIA COM FOTOS E VÍDEOS DO YOUTUBE.

Práticas de narrativas multimídia em multiplataformas: a experiência do jornal laboratório da FAC/UnB



FONTE: APP CAMPUS MULTIPLATAFORMA.

Na reportagem *16 anos de Lei Maria da Penha: Universidade de Brasília possui projetos de apoio às mulheres*, além de textos, fotos e vídeos, os estudantes utilizaram infográfico para apresentar os dados da violência no Distrito Federal (Figura 4).

FIGURA 4: USO DE INFOGRÁFICOS COMO RECURSO MULTIMÍDIA.

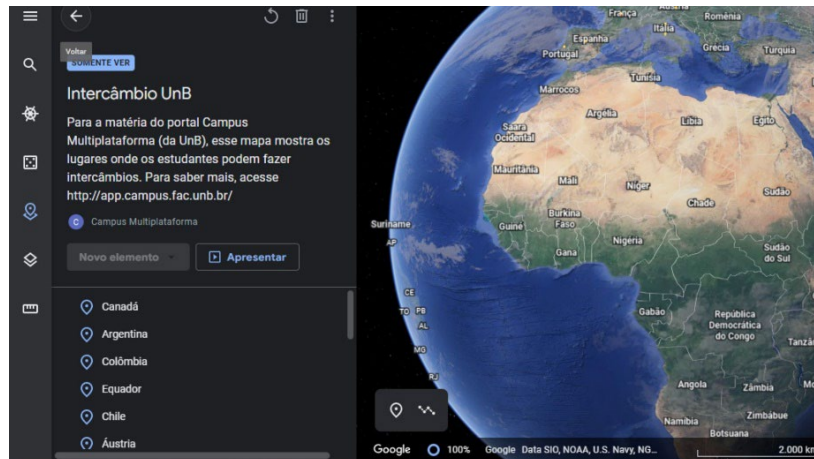


FONTE: APP CAMPUS MULTIPLATAFORMA.

Na matéria *Intercâmbio na UnB: inscrições abertas até 16 de agosto*, além de fotos em carrossel mostrando alunos da universidade que estavam estudando outro idioma no exterior, a equipe do app criou uma rota no *Google Earth* com a lista de países disponíveis no quadro de vagas do programa, divulgado junto ao edital. Além de levar mais informação, o recurso permitiu melhor interatividade para o leitor, colaborando com a observação de Salaverria (2005) de que as ferramentas multimídia devem estar integradas entre si para potencializar a narrativa. Por meio do *Google Earth*, o internauta era convidado a conhecer melhor o país no qual ele pretendia se inscrever para o intercâmbio. (Figura 5)

FIGURA 5: USO DO *GOOGLE EARTH* PROMOVE A INTERATIVIDADE COM O USUÁRIO.

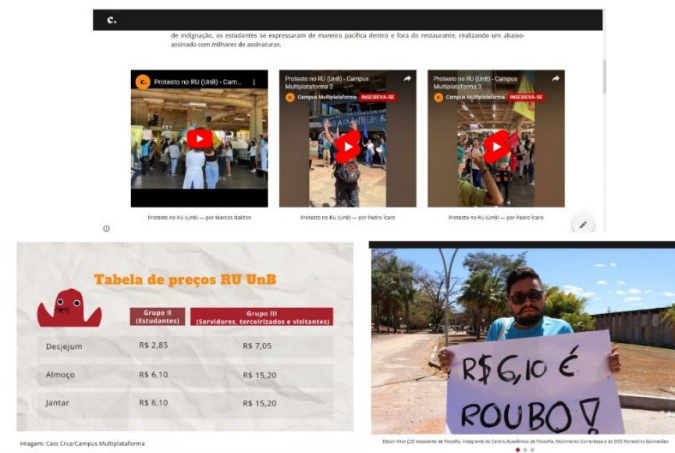
Práticas de narrativas multimídia em multiplataformas: a experiência do jornal laboratório da FAC/UnB



FONTE: APP CAMPUS MULTIPLATAFORMA.

Nas matérias *RU da UnB: necessário como sempre, caro como nunca*; *Docentes racializados na UnB*; e *Recorde de jovens eleitores em 2022: o impacto da participação universitária na política*, também foram utilizados vídeos postados no YouTube e hiperlinks para as multiplataformas como *TikTok*, *Twitter* e *Instagram*, que continham narrativas transmídia (Jenkins, 2009) com diferentes perspectivas sobre o mesmo tema, além de fotos, infográficos e áudios (Figura 6).

FIGURA 6: RECURSOS MULTIMÍDIA COM FOTOS, INFOGRÁFICOS E VÍDEOS DO YOUTUBE.



FONTE: APP CAMPUS MULTIPLATAFORMA.

A análise das métricas do aplicativo foi realizada com o apoio do *Google Analytics*, ferramenta que monitora o tráfego de qualquer site. Durante o período de publicações no app, sendo a primeira em 23 de julho e a última em 7 de setembro, foram contabilizados 162 usuários, com picos próximos às datas de publicação das matérias.

Entre os pontos positivos do uso dessa plataforma durante o semestre, os alunos constataram que: se no semestre anterior, o app era utilizado somente como repositório, com a utilização das *landing pages*, ele passou a ter mais funcionalidade, visto que houve produção de narrativas originais. A ferramenta possibilitou matérias mais longas, antes produzidas apenas para o *Facebook* (rede não utilizada no semestre em análise). O *Google Sites* também permitiu que os estudantes explorassem melhor os recursos multimídia, como vídeos para o YouTube, imagens em carrossel e ícones clicáveis, inclusive um mapa interativo no *Google Earth*. A

hashtag #SaiuDaUnB, um quadro onde eram divulgados projetos da UnB relacionados ao tema em pauta, também foi criada.

Entre os pontos que precisam ser observados, a equipe precisou, por diversos motivos (entre eles a dificuldade de resposta das fontes), alterar a data de publicação das matérias de última hora, o que prejudicou a constância das postagens na data determinada em cronograma. Essas mudanças também atrasaram a produção das artes e dos recursos multimídia. Destaque também para a divulgação do aplicativo. Por conta do seu formato, a divulgação de cada post depende de outras plataformas e essa parceria nem sempre foi feita pela equipe, impactando as métricas. Como sugestão, é preciso que os alunos tenham melhor controle do plano geral de publicação e trabalhem sempre em sincronia. Criem um eficiente planejamento de narrativas transmídia, com cronogramas alinhados.

4.2 Twitter

Importante destacar que, no período analisado, o *Twitter* ainda não se chamava X. Isso ocorreu a partir de 2023. Portanto, vamos manter neste artigo o nome original do aplicativo. Durante o primeiro semestre de 2022, foi utilizado a personalização do perfil por meio do mascote Campusito, com publicações em primeira pessoa e linguagem informal. Essas escolhas basearam-se no público-alvo da página, composto, em grande parte, por alunos da UnB, egressos e futuros universitários.

No material publicado, a equipe do *Twitter* procurou utilizar ao máximo os recursos multimídia oferecidos pela plataforma, como fotos, vídeos, *gifs*, enquetes e *hiperlinks*. Também utilizaram narrativas transmídia (Jenkins, 2013), com veiculação de conteúdos diferentes, mas dentro de um grande tema, divulgado como forma complementar às outras plataformas, como *TikTok* e o app. Um exemplo eram os conteúdos sobre o restaurante universitário. Enquanto o *Twitter* trouxe posts semanais com o cardápio da semana, o *TikTok* e o app fizeram matérias sobre os preços e protestos dos alunos pela melhoria e diminuição dos preços cobrados nas refeições.

Nas reuniões de pauta e organização do cronograma, a equipe do *Twitter* priorizou posts de serviço para os estudantes. Também foram propostas informações de curiosidade, aquelas que interessam à comunidade acadêmica, porém não são de conhecimento geral, como os pergaminhos medievais da Biblioteca Central (BCE).

Durante o semestre, foram dois períodos de publicação, entre 22 de julho e 4 de agosto, e o segundo, de 22 de agosto a 12 de setembro. Nesses intervalos, o grupo optou por realizar postagens todos os dias, de segunda-feira a sexta-feira, com o intuito de engajar o público. Na segunda-feira, o cardápio do RU era a publicação. Essa escolha foi motivada, principalmente, pela suspensão da postagem das refeições no perfil oficial da UnB no *Instagram*, que era feita diariamente. Dessa maneira, a publicação funcionou como um serviço à comunidade acadêmica. No dia seguinte, terça-feira, uma matéria mais extensa e com maior apuração jornalística era publicada em formato de *thread*. Para elaboração do material, as técnicas de apuração incluíam entrevistas, levantamento de dados e busca em acervos. Já na quarta-feira, optou-se por um meme do mascote e/ou uma enquete. Na quinta-feira, foi utilizado o formato *#bt*, que resgata acontecimentos e registros do passado na Universidade. Na sexta-feira, manteve-se o quadro *Destaques da Semana*, idealizado pela equipe do semestre anterior.

O *Twitter* é um espaço de rápida troca de informações e, muitas vezes, é o primeiro lugar onde internautas procuram detalhes sobre pautas quentes. Levando esse fator em consideração, a equipe promoveu postagens extras, de acordo com os acontecimentos dentro da

Práticas de narrativas multimídia em multiplataformas: a experiência do jornal laboratório da FAC/UnB

UnB. Um exemplo foi a cobertura da visita dos candidatos à presidência do Brasil à UnB, em 27 de julho de 2022, que alcançou mais de 70 mil contas (Figura 7). Na apuração, a equipe do *Twitter* entrou em contato com os partidos e as assessorias dos presidentiáveis.

FIGURA 7: FOTOS COMO RECURSO MULTIMÍDIA NO *TWITTER*. POST ALCANÇOU MAIS DE 70 MIL CONTAS.



FONTE: TWITTER – CAMPUS MULTIPLATAFORMA.

Sobre as métricas, foi possível observar um comportamento cíclico, assim como o esquema de postagens. Por vezes, o cardápio do RU conseguiu um bom engajamento, chegando a receber 104 *likes*. As publicações da quarta-feira (meme ou enquete) eram sempre a de menor engajamento. O ápice foi em 31 de agosto, quando 42 pessoas votaram no questionário que sondava a participação na Semana Universitária.

As pautas da terça-feira, quando matérias mais extensas eram publicadas, também seguiram um padrão. Notou-se que, quando informações mais factuais eram veiculadas, as interações caíam. Um exemplo foi a veiculação da corrida que abriu a Semana Universitária de 2022: o post recebeu quatro *likes* e nenhum compartilhamento. Por outro lado, fatos curiosos ganharam o público. Em 6 de setembro de 2022, o fio sobre os pergaminhos medievais da UnB recebeu 235 curtidas e foi visto 10.980 vezes. O resgate de memórias da Universidade, realizado semanalmente na quinta-feira, também apresentou bons resultados. Alguns dos posts ultrapassaram 10 mil impressões, como os de 28 de julho e 25 de agosto, que alcançaram 11.024 e 18.577 visualizações respectivamente, em três dias.

Entre os recursos multimídia, a equipe avaliou como positiva para informação e engajamento a utilização de GIFs. Para exemplificar, a publicação de 3 de agosto anunciava a abertura das inscrições para a 22ª edição da Semana Universitária, assunto que, observando a experiência do semestre, não obteria grande interação com o público. Com a adaptação do vídeo em que a cantora Katy Perry arremessa pedaços de pizzas para os fãs, o post foi visto por 9.292 usuários. Na criação de convergência, a artista foi caracterizada como o evento, as pizzas eram as vantagens da participação e os fãs tornaram-se a comunidade de alunos (Figura 7).

FIGURA 8: USO DE GIFs COMO RECURSO MULTIMÍDIA PARA O *TWITTER*.

Práticas de narrativas multimídia em multiplataformas: a experiência do jornal laboratório da FAC/UnB



FONTE: TWITTER – CAMPUS MULTIPLATAFORMA.

Por outro lado, algumas estratégias não ocorreram como previstas. As enquetes, por exemplo, não conseguiram agregar grande número de votos. O levantamento que mais acumulou obteve 42 participações. Outro ponto a ser observado é o levantamento de pautas sensíveis à comunidade. Afinal, o perfil do *Twitter* deve manter-se fiel aos preceitos jornalísticos, como valores notícia, ética e veiculação de informações de interesse público. Outro importante tópico é o cuidado necessário ao trabalhar com esses temas. É imprescindível, ainda, atenção às mídias utilizadas e à ordem em que as informações são dispostas nos *threads*, visto que os leitores podem receber as informações de formas separadas e não exatamente na ordem cronológica estabelecida pelo jornalista.

4.3 TIKTOK

Criada em 2016, a plataforma *TikTok* é destaque em diversos países. Segundo a empresa *Statista*, cerca de 45,7% dos brasileiros utilizam a rede social como forma de entretenimento¹, sendo o Brasil o segundo país do mundo onde as pessoas gastam mais tempo na plataforma. Vídeos rápidos, *trends* divertidas, galeria de áudios e filtros são alguns dos recursos multimídias que colaboram para a popularidade dessa rede, principalmente entre os mais jovens.

O *TikTok* possui uma linguagem e estilo próprios, o que se torna algo novo para os veículos de comunicação que precisam se adaptar para trazer a informação sem fugir da linha editorial do jornal, mas mantendo a linguagem característica da rede. Logo, são várias as formas de publicar conteúdos noticiosos dentro da plataforma, com informação e responsabilidade.

Nota-se que o *TikTok* não era utilizado nos semestres anteriores do Campus Multiplataforma e sua editoria foi criada no primeiro semestre de 2022. Entre os motivos da escolha foi o fato de a rede ter eficiente comunicação com os estudantes, que, após pesquisa com o público-alvo, solicitaram a criação da plataforma na disciplina.

A diversidade de recursos dentro do *TikTok* possibilitou aos estudantes do jornal laboratório explorar recursos multimídia com criatividade e interação com o público. As produções tinham referências a *memes* e músicas que estavam em alta no momento, mas escolhidas com bom senso e cuidado, junto do editor, repórter e o professor, pois nem todos os

¹ Disponível em: <https://api.whatsapp.com/send?text=https://tecnologia.ig.com.br/2022-05-11/tiktok-alcanca-45-brasileiros.html>

temas poderiam ser utilizados em um jornal. Para a produção de cada conteúdo, foi necessário um estudo prévio da temática, por isso a necessidade de um planejamento e criação de um cronograma de postagens com marcação do tempo que seria destinado à apuração, entrevistas com as fontes e a produção dos vídeos. Ao utilizar a plataforma, os participantes também tiveram a oportunidade de praticar a experiência de apresentar e editar vídeos, onde eram adicionados ainda os créditos, legendas para acessibilidade e as vinhetas. Em alguns casos, foram utilizados recursos imagéticos para alcançar melhor dinamicidade aos vídeos, como *templates* e *chroma key*.

A equipe definiu o cronograma de postagens três vezes por semana, sendo as segundas-feiras pautas com conteúdos exclusivos para a plataforma; as quartas-feiras conteúdo transmídia com outras redes; e, nas sextas-feiras, pautas culturais, com dicas de filmes, exposições artísticas, oficinas etc. As publicações transmídia funcionaram da seguinte forma: no cronograma, uma plataforma sinalizava que falaria sobre uma determinada pauta e a equipe do *TikTok* destacava um conteúdo sobre o mesmo tema, porém mostrando um diferente aspecto que a outra plataforma não abordou. As duas publicações eram postadas no mesmo dia e hora, cada uma em sua rede social.

Ao todo, foram publicadas 15 matérias, entre 17 de julho e 5 de setembro de 2022, geralmente entre 18h e 19h. As postagens de cultura, às sextas-feiras, foram postadas às 12h, após as aulas, momento em que os leitores poderiam ter acesso mais livre ao celular. As matérias da segunda-feira traziam os serviços da UnB, como o vídeo sobre como acessar a Biblioteca Central (BCE). Sobre este tema, os vídeos mais populares abordaram o preço do Restaurante Universitário. O primeiro foi sobre quanto um estudante gastava com refeição passando uma manhã inteira na UnB, incluindo lanches e almoço. Após resposta positiva dos seguidores, a equipe decidiu abordar em outro post uma lista sobre os preços dos restaurantes universitários pelo Brasil, tornando-se o vídeo com maior número de visualizações: 19,8 mil, até o dia 21 de setembro de 2022.

Entre os pontos positivos no uso da plataforma, a equipe do *TikTok* destacou: utilização de informações de fácil consumo; interações múltiplas com seguidores; vídeos com referências a memes atuais e até um minuto de duração; e acessibilidade, com vídeos legendados. Ao praticar o uso da ferramenta como um canal de notícias, os alunos também observaram pontos importantes. Recomendam-se que o primeiro passo a ser seguido por uma equipe que queira trabalhar com a rede seja criar um planejamento com um cronograma, incluindo o tema da pauta, horário de postagem, o roteiro da fala dos participantes e o responsável por realizá-la. Avaliaram ser necessária atenção especial para a pós-produção e edição do vídeo, visto que esta etapa influencia diretamente a criatividade e inovação de como a mensagem será recebida. Embora seja uma plataforma com destaque para conteúdos mais leves e entretenimento, os estudantes também reforçam a utilização das tradicionais técnicas jornalísticas sempre: apurar todos os fatos e dados antes de publicar qualquer conteúdo, ética e bom senso com responsabilidade. Caso optem por publicações transmídia, os estudantes observaram a importância do contato direto entre as editorias para que a escolha dos recursos multimidiáticos sejam diferentes entre elas e o mais adequado possível à linguagem da plataforma.

4 CONCLUSÃO

As possibilidades de produção da informação na atualidade são imensas e as universidades devem buscar estratégias, pesquisas e projetos de extensão inovadores e criativos,

Práticas de narrativas multimídia em multiplataformas: a experiência do jornal laboratório da FAC/UnB

capazes de formar profissionais preparados para os novos desafios. Logo, em um cenário *mobile first*, disciplinas práticas e laboratoriais do jornalismo devem valorizar as habilidades dos alunos em relação às novas tecnologias, bem como o trabalho ético e em equipe, ferramentas importantes para a vida profissional.

Neste sentido, o jornal laboratório Campus Multiplataforma da FAC/UnB mostrou ser uma ferramenta importante na preparação dos estudantes para diferentes mídias digitais, incentivando a produção de conteúdos com o auxílio de tecnologias emergentes, como *podcast*, *GIFs*, *Google Sites* e até imersivos, como o *Google Earth*. O estudo verificou que, mesmo com linguagem informal e mais próxima do público-alvo, os estudantes praticaram importantes competências do jornalismo exigidas no mercado de trabalho contemporâneo, como convergência, gestão de conteúdos on-line, edição de vídeos, análise de métricas, experiência com redação virtual, critérios de noticiabilidade, acessibilidade e recursos interativos para multiplataformas. Mostrou o quanto a metodologia de ensino no jornalismo deve estar em constante atualização em virtudes de novas práticas e ferramentas disponíveis, tanto para a edição dos materiais e recursos multimídia quanto em relação à introdução de novas plataformas de comunicação, como foi o caso do *TikTok*, inserido em 2022 no projeto da disciplina.

Na prática, o jornal laboratório da FAC/UnB permite que os estudantes desenvolvam habilidades de apuração, produção de grandes reportagens e síntese de textos voltados para as redes sociais, como também a criatividade para executar e integrar recursos multimidiáticos capazes de potencializar a narrativa e levar mais informação e interatividade ao leitor. Habilidades cada vez mais exigidas pelo público e o atual mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João. (Org). **Notícias e Mobilidade: o Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã, PT: Livros LabCOM, 2013. p. 33-54.

BARCELLOS, Zanei. R. Jornal laboratório multiplataforma como objeto de pesquisa para o desenvolvimento de didática e processo de produção jornalística. 19º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo, 2020, remoto. In: **Anais do 19º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo**. Disponível em: <http://soac.abejor.org.br/?conference=19enpj&schedConf=encontrodeprofessores&page=paper&op=viwFile&path%5B%5D=327&path%5B%5D=213>. Acesso em: 14 de jul. 2022.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições, v. 70, 1977.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network Journalism: Converging Competencies of Old and New Media Professionals**. Australian Journalism Review, v. 23, n. 3, 2001.

BRANCH, John. Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek. **The New York Times**. 2012. Disponível em: <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=word-spreads>. Acesso em 21 abr. de 2023.

CANAVILHAS, João. (org.). **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã, Portugal: LabCOM Books, 2013.

FOLHA DE S. PAULO. **A Batalha de Belo Monte**. Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/>. Acesso em 29 abr. 2023.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2013.

Práticas de narrativas multimídia em multiplataformas: a experiência do jornal laboratório da FAC/UnB

JORGE, Thaís de Mendonça (org.). **Notícias em fragmentos: análise de conteúdos em jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2015.

LONGHI, Raquel Ritter O turning point da grande reportagem multimídia. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, vol. 21, núm. 3, septiembre-diciembre, 2014, pp. 897-917 Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.

MILAN, Pollianna; SANTOS, Leandro. Erva-mate: o ouro verde do Pará. **Gazeta do Povo**. Disponível em: <https://especiais.gazetadopovo.com.br/erva-mate/>. Acesso em 12 abr. 2023.

O ESTADO DE SÃO PAULO. **Rota 66: a confissão**. Disponível em: <https://infograficos.estadao.com.br/especiais/rota-66-confissao/>. Acesso em: 29 abr. 2023

PALÁCIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para o debate. In: FIDALGO, Antonio e SERRA, Joaquim Paulo (orgs.). **Informação e Comunicação online**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2003. v. 1. p. 75-89. Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/fidalgo_serra_ico1_jornalismo_online.pdf. Acesso em 2 ago 2022.

PAVLIK, John. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Livros Labcom, 2015.