



RELATO DE EXPERIÊNCIA

CAMPUS MULTIPLATAFORMA: PLANEJAMENTO, PRODUÇÃO E PUBLICAÇÃO DOS MATERIAIS DA EDITORIA DE ARTE

Ana Carolina Alves Mesquita; caahalves85@gmail.com
Prof. Dr. Zanei Barcellos; zanei.barcellos@unb (orientador)

RESUMO

O jornal laboratório digital Campus Multiplataforma, sediado na Faculdade de Comunicação (FAC) da Universidade de Brasília (UnB), é desenvolvido durante a disciplina Campus Multimídia, alocada no 5º semestre do curso de Jornalismo da FAC. O periódico foi produzido no segundo semestre de 2023 pelos 21 estudantes matriculados no componente curricular. Durante o semestre, os cursandos produziram 100 matérias jornalísticas distribuídas entre as seis plataformas digitais que o Campus está presente, eram elas: Instagram, Twitter (X), TikTok, LinkedIn, YouTube e o App Campus. Juntamente às matérias, foram produzidos, pela Editoria de Arte do jornal, 323 materiais visuais para tornar as notícias mais atrativas aos receptores, além de informar com eficiência e dinamismo.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo digital. Multiplataforma. Multimídia. Redes sociais. Editoria de Arte.

1. INTRODUÇÃO



O jornal laboratório Campus Multiplataforma, desenvolvido a partir do componente curricular Campus Multimídia, é programado para o 5º semestre do curso de jornalismo da Universidade de Brasília. A matéria é realizada nas manhãs de segunda, quarta e sexta-feira.

Durante os primeiros 40 dias de encontros, as aulas foram voltadas para a parte teórica do jornal laboratório, expondo toda sua organização, funcionamento, divisão de funções e apresentação sobre cada plataforma digital que o Campus está presente. Foi nesse período que são apresentados conceitos importantes para o desenvolvimento da matéria, como redação virtual, na qual, conforme Barcellos, Gonzatto e Bozza (2014), repórteres e editores comunicam-se, reúnem-se, realizam levantamentos de pautas, organizam coberturas, produzem, editam, trocam materiais, arquivam e publicam notícias de maneira virtual, mas permanecem o tempo todo conectados, em reunião permanente. Sendo essa a forma de trabalho abordada no jornal durante seu período de produção.

A etapa de produção foi dividida em duas fases: A primeira, mais extensa, com a finalidade de que os alunos entendessem todo o funcionamento do jornal e se habituassem com essa organização. A segunda fase é, regularmente, mais curta, uma vez que os alunos já entenderam melhor como funcionam as engrenagens do periódico e o conseguem desenvolver prontamente.

Utilizando o conceito de redação virtual, durante os períodos de produção a turma tinha somente um encontro presencial semanal com o professor, que era dividido em dois momentos. O primeiro somente com os editores que formam o Conselho Editorial, onde eram tomadas as decisões para o seguimento do jornal, e o segundo, que reuniam todos os alunos para discutir seu andamento.

Partindo dessa breve apresentação sobre a disciplina Campus Multimídia e do jornal Campus Multiplataforma, coloca-se como objetivo deste trabalho relatar a atividade da Editoria de Arte do Campus Multiplataforma, desde o planejamento, produção até a publicação de todos os materiais visuais executados durante o segundo semestre de 2023.

2. ESTRUTURA E PROCESSOS

A disciplina Campus Multimídia e o desenvolvimento do Campus Multiplataforma foram organizados em três etapas: introdução, organização e produção. Passado o período de introdução, onde estuda-se toda a estrutura de trabalho do Campus, a turma se estabeleceu para colocar os conhecimentos em prática na fase de organização. Primeiramente foi decidido com quais plataformas o Campus iria trabalhar no semestre. Essa decisão foi tomada em conjunto com todos os alunos e o professor orientador, foram elas: Instagram, Twitter (X), TikTok, LinkedIn, YouTube e o App Campus. Plataformas decididas, o próximo passo foi a divisão de funções, sejam editores, repórteres ou designers. Nesse momento, cada aluno manifestou seu interesse de onde gostaria de trabalhar, assim montamos a estrutura geral do jornal para seguir durante todo o semestre.

A Figura 1 ilustra a organização de cargos dentro do Campus, composto por um Conselho Editorial, que tomava as decisões dentro do jornal, formado pelo professor coordenador (editor chefe), os editores de cada plataforma e a Editoria de Arte. Além dos editores, o Campus também era formado por 13 repórteres, sendo um deles o repórter especial, e duas *designers*. A estrutura só possui dois níveis hierárquicos para facilitar e agilizar as decisões tomadas.

Figura 1 – Organograma da estrutura organizacional do Campus Multiplataforma



Fonte: OS AUTORES (2024)

A partir do organograma entende-se que praticamente não houveram repórteres vinculados a uma editoria, isso porque todos eram livres para destinar sua reportagem para uma plataforma específica, a sua escolha, de acordo com o tema e forma de desenvolvimento da mesma. O único repórter vinculado a alguma editoria foi o chamado repórter especial que trabalhava como um co-editor do Twitter (X), mas também trabalhou com outras plataformas durante o semestre.

A Editoria de Arte contou com uma editora e duas *designers*, sendo uma aluna do semestre e a outra era a monitora da matéria, que também auxiliou na editoria durante todo o período letivo.

Com todos os cargos devidamente ocupados, iniciou-se o período de produção do jornal, que foi dividido em duas fases. A primeira delas foi mais extensa, no segundo semestre de 2023, período relatado nesse artigo, ela aconteceu de 21 de setembro a 6 de novembro. E a segunda, habitualmente mais curta, especificamente no semestre em questão, foi bem atípica, uma vez que o jornal fez uma intensa cobertura em tempo real do 21º Encontro Nacional da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) e do 13º

Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJor), realizados de 7 a 10 de novembro de 2023 na FAC/UnB.

Com o intuito de facilitar a comunicação entre todos os componentes do jornal e a Editoria de Arte, foi desenvolvido um fluxo de informações representado pela Figura 2. Seu principal objetivo foi organizar e filtrar a troca de elementos e materiais que precisavam ser produzidos.

Figura 2 – Fluxo de demandas para Editoria de Arte



Fonte: OS AUTORES (2024)

Seguindo o fluxo, o repórter, ao definir sua pauta, passava para o editor correspondente à plataforma de postagem quais os materiais necessários para a reportagem em questão. O editor da plataforma passava para a editora de arte, que poderia produzir o material ou designá-lo a uma das designers da equipe.

Durante a primeira fase de produção, a Editoria de Arte percebeu que organizar somente o fluxo de informações não seria suficiente para uma produção organizada e, de fato, produtiva. Por isso todas as demandas da Editoria de Arte foram organizadas numa planilha do Google, que pode ser acessada pelo link [📄 Editoria Arte](#), onde eram organizadas as pautas, plataforma de postagem, repórter responsável e o *status* da publicação. A planilha foi desenvolvida com o intuito de organizar e situar a editora e as designers sobre o andamento dos materiais.

As produções da Editoria de Arte foram guiadas pelo Manual de Identidade Visual produzido no semestre anterior, o primeiro de 2023. O

Manual de Identidade Visual (MIV) é um guia de referência de identidade visual de uma marca, com o intuito de descrever o uso correto da marca para que ela seja reconhecida pelo público. O MIV é composto pela logo e suas variações, tipografia, cores, elementos gráficos, o mascote do jornal chamado Campusito e as linhas editoriais. Esses componentes trazem uma padronização e harmonia para todos os materiais visuais produzidos para a marca Campus Multiplataforma e pode ser acessado pelo link:

Manual de Identidade Visual CAMPUS 2023.1.pdf .

Seguindo todas as informações direcionadas no MIV, as produções da Editoria de Arte foram divididas em três categorias: ilustrações, vídeos e marcas d'água. As ilustrações foram materiais visuais desenvolvidos totalmente pela equipe de arte, com o intuito de passar a mensagem por meio de imagens, geralmente apresentadas como capa de reportagens, carrosséis para o Instagram ou pequenos informes, representado na Figura 3.

Figura 3 – Carrossel informativo sobre o Centro de Convivência Negra da UnB



Fonte: CÓPIA DE TELA DO INSTAGRAM CAMPUS MULTIPLATAFORMA (2023)

Os vídeos, feitos para o Instagram e TikTok, eram editados pelos próprios repórteres, então a Editoria ficava encarregada de produzir os chamados *inserts*, que são recursos visuais para dinamizar o vídeo. Para o YouTube, a

Editoria ficava responsável por produzir as capas, edições de vídeo e *inserts*. Por fim, as marcas d'água foram utilizadas nas fotos e vídeos produzidos pelos repórteres, que também passavam pela Editoria para um pequeno tratamento e a inserção da marca.

Depois de planejar, designar a responsável pelo material de arte da matéria, produzir e aprovar, era necessário armazenar tudo o que foi produzido para eventual reutilização da própria turma ou turmas futuras. Para isso, criamos um drive do Google, onde todos os editores, designers e repórteres poderiam acessar para arquivar todo o conteúdo. Para além disso, o armazenamento virtual possibilitou uma transferência de imagens e vídeos sem que perdessem a qualidade, que o *WhatsApp*, plataforma auxiliar dos processos de Redação Virtual do Campus, por exemplo, não conseguia manter.

O drive foi organizado em pastas, com isso cada plataforma teve a sua e, dentro da pasta da plataforma, cada reportagem também teve a sua pasta. Assim, os materiais não se misturavam, nem se perdiam durante o processo.

Todos esses meios de organização não funcionariam sem uma equipe entrosada e com os objetivos muito bem alinhados: fazer um bom trabalho pelo Campus Multiplataforma. Ou seja, além do uso da planilha e da organização do drive, o contato via *WhatsApp* era permanente, várias vezes ao dia, praticamente ininterrupto, sempre alinhando tudo o que estava acontecendo em cada demanda e com cada integrante da Editoria. A Editoria de Arte mantinha contato intenso também com os repórteres e editores das plataformas.

3. RESULTADOS

Durante o segundo semestre de 2023 foram produzidas 100 matérias jornalísticas entre todas as plataformas do Campus Multiplataforma. Juntamente das matérias, foram produzidos 323 materiais visuais, dentre ilustrações, vídeos e marcas d'água, dentro das características já apresentadas, fora as breves postagens feitas que desapareciam após 24 horas. Os elementos gráficos foram distribuídos de acordo com a demanda de cada rede, detalhado na Figura 4.

Figura 4 – Tabela detalhada sobre materiais visuais produzidos para o jornal

Plataforma	Instagram	Twitter (X)	TikTok	YouTube	LinkedIn	App Campus
Ilustração	51	108	14	10	15	9
Vídeo	11	18	14	10	2	
Marca D'água		46			5	10
TOTAL	62	172	28	20	22	19

Fonte: OS AUTORES (2024)

Como apresentado, o X (Twitter) foi a plataforma com mais demandas visuais, isso porque nesta plataforma eram publicados, a cada três dias, o cardápio do Restaurante Universitário da UnB, para que os estudantes tivessem mais fácil acesso, tendo assim uma maior movimentação da editoria. Outro fator importante é que o X, pelo seu imediatismo, foi a principal plataforma de cobertura em tempo real do Campus Multiplataforma do 21º Encontro Nacional da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) e do 13º Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJor), resultando em intenso fluxo de publicações diárias durante a segunda fase de produção de matérias da disciplina.

A flexibilidade de horários, modelo de redação virtual e entrosamento da equipe de arte possibilitou uma produção de boa qualidade e abundante durante todo o semestre, tornando as notícias mais atrativas aos receptores e eficientes na informação. Para os alunos, possibilitou aprendizado da inclusão de artes no planejamento, produção e publicação de notícias.

REFERÊNCIAS

Barcellos, Zanei; Gonzatto, Rodrigo; Bozza, Gabriel. Jornalismo em segunda tela: webjornal produzido com dispositivos móveis em redação virtual. **Sur le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo**, vol. 3, n. 2, p. 84-89, 2014.