



Meio a Meios – II Semana de Jornalismo da UFRJ – Edição 2008¹

João REIS²
Guilherme TOMAZ³
Jefferson CARRASCO⁴
Iasmine PEREIRA⁵
Ricardo CABRAL⁶
Luiza LUCCIOLA⁷
Mohammed ELHAJJI⁸

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

A *Meio a Meios II* – a continuidade da I Semana de Jornalismo da UFRJ – teve como objetivo instigar a reflexão sobre as formas contemporâneas do jornalismo. Produzido pelo Programa de Ensino Tutorial da Escola de Comunicação da UFRJ (PET/ECO), o evento seguiu o mesmo ideal da primeira edição, ao conjugar ensino, pesquisa e extensão no âmbito universitário. Dessa forma, promoveu um projeto com base na pesquisa dos bolsistas junto à comunidade externa e aplicou, na prática, o conhecimento trazido pelos profissionais convidados. Além disso, pôde evidenciar o *mundo real* do jornalismo perante os estudantes de graduação, trazendo à tona o que ocorre nos bastidores do mercado de trabalho e, concomitantemente, repensar essas formas do *fazer jornalístico*.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Eventos; Jornalismo Especializado

INTRODUÇÃO

A *Meio a Meios: II Semana de Jornalismo da UFRJ*, realizada em 2008, no campus da Praia Vermelha, na Universidade Federal do Rio de Janeiro, representou um segundo intento do grupo PET-ECO de dinamizar o ambiente da graduação, por meio da conjugação de atividades de ensino, pesquisa e extensão. O evento, que consistiu na realização de mesas-redondas e oficinas, foi produto de uma pesquisa dos bolsistas do

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Relações Públicas, modalidade Organização de Evento.

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de jornalismo da Escola de Comunicação da UFRJ, email: jreismn@hotmail.com

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso Rádio e TV, email: guilherme@rtomaz.com.

⁴ - Estudante do 4º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: jefferson.carrasco@gmail.com.

⁵ Estudante do 4º. Semestre do Curso de jornalismo, email: minepereira@gmail.com

⁶ Estudante do 3. Semestre do Curso de Comunicação Social, email: ricardocp@ufrj.br

⁷ Estudante do 3. Semestre do Curso de Comunicação Social, email: lhusa@gmail.com

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da Escola de Comunicação da UFRJ. Email: mohahajji@yahoo.com.br



grupo, voltado para a comunidade acadêmica e externa e proporcionou aos participantes uma experiência de aprendizado.

A *Meio a Meios II* enfocou tendências do jornalismo que estão em voga, a fim de discutir novos formatos possíveis, mantendo um distanciamento crítico dos modelos e paradigmas convencionais. Como preocupação comum a todas as mesas do evento, a relação entre o jornalismo e a cidadania permeou os debates, que se voltaram para a importância da inserção de uma ética cidadã na produção jornalística. Assim, pôde-se manter em pauta a reflexão quanto ao potencial sociabilizador da atividade jornalística, cujo princípio maior é prestar um serviço de interesse público, contribuindo para o bem estar social.

2 OBJETIVO

O projeto *Meio a Meios* busca a constante reflexão sobre a estrutura em que o jornalismo se apresenta atualmente. Apenas por meio da conjunção entre o pensamento e a ação é que se diagnosticam as falhas e, conseqüentemente, podem-se sugerir soluções.

A idéia é repensar os padrões vigentes do jornalismo, buscando a inserção de um viés cidadão na cobertura jornalística, sem afastar-se da realidade mercadológica, que é uma precondição para sua sobrevivência no mundo contemporâneo.

3 JUSTIFICATIVA

Sendo a universidade um local de produção de conhecimento, faz-se fundamental o estímulo à reflexão através dos debates, a fim de que as futuras ações no mercado de trabalho ou na própria academia sejam calcadas em tendências consistentes.

Ao realizar projetos de extensão, a universidade tem a oportunidade de mostrar-se referencial na inovação do conhecimento e aproximar-se da sociedade. O Programa de Educação Tutorial (PET/ECO) acredita ainda que projetos de extensão universitária — uma das bases que sustenta este grupo — na Escola de Comunicação da UFRJ são mecanismos que possibilitam não só à comunidade universitária, mas também à sociedade que transcende os muros universitários ter contato com atividades que articulam a pesquisa desenvolvida na UFRJ - no caso da *Meio a Meios*, demonstrada pelos professores que mediam os debates - e as mudanças *comunicacionais*, resgatadas pelos convidados que experimentam isso no seu dia-a-dia.

Também é de extrema importância uma breve explanação sobre cada tema que foi abordado nas mesas-redondas para os profissionais do jornalismo contemporâneo e para os estudantes.

3.1 Mesa-redonda sobre Jornalismo Esportivo

No início do século passado, o jornalismo esportivo sofria preconceito, por ser considerado leitura que atingia apenas as camadas mais populares. De certa forma, a visão não era infundada. Assim, revistas e jornais que eram lançadas sobre o tema e tentavam manter-se, rapidamente desapareciam. No entanto, por volta de 1925, o futebol já era paixão nacional. O país havia sido bicampeão sul-americano em 1919 e, em 1922, faltavam cinco anos para o início da primeira Copa do Mundo. Aos poucos, os meios de comunicação viram-se obrigados a ceder cada vez mais espaço para o que seu público em geralurgia por ver: o esporte, principalmente o futebol, nas páginas dos impressos.

Hoje, não há como negar que o jornalismo esportivo alcança uma fatia considerável do público leitor de impressos e sites. Essa especialização cresce tanto que, segundo Paulo Vinicius Coelho — autor do livro *Jornalismo Esportivo* —, a mais intensa proliferação de vagas para os recém-formados se dá exatamente nesse segmento. Partindo desse dado, conclui-se que é fundamental trazer para o espaço do debate a especialização do jornalismo que mais abre as portas para o estudante. A *Meio a Meios: II Semana de Jornalismo da UFRJ* foi, por isso, uma oportunidade de integração entre pessoas de destaque desse mercado e os alunos da Escola de Comunicação da UFRJ (ECO) e de outras universidades.

3.2 Mesa-redonda sobre Jornalismo Investigativo

Toda reportagem é investigativa? Qual a diferença entre o jornalismo tradicional e o jornalismo denominado investigativo? Mesmo com tal controvérsia, ainda muito presente nos meios acadêmicos e nas redações, o jornalismo investigativo vem ganhando uma força cada vez maior, à medida que o jornalismo contemporâneo perde sua capacidade de *locus* para a investigação minuciosa e apuração correta e ética dos fatos.

Grandes reportagens investigativas foram responsáveis pelo esclarecimento de crimes importantes, redes de prostituição de menores, armas e tráfico de drogas, bem como fraudes em licitações, desvio de verbas públicas e crimes ambientais, entre outros



temas. No entanto, cabe ponderar: até que ponto uma investigação jornalística pode ir, sem transpor os princípios éticos universais, e em que momento a imprensa passa a substituir as autoridades oficiais, cujas funções são igualmente de fiscalização e acompanhamento de distintos crimes e contravenções penais? Estes temas foram debatidos com ardor nessa mesa.

3.4 Mesa-redonda sobre Jornalismo Popular

O jornalismo, por definição, é uma prática que pretende ampliar da forma mais ética e objetiva possível informações que se julguem de interesse público. Em um país em que o número de leitores é baixo e o nível da educação (nas mais distintas classes, incluindo as classes A e B) é insatisfatório, o jornalismo se utiliza de técnicas conhecidas mundialmente para causar impacto na população da forma mais rápida e eficiente possível. Dentro desta lógica, em toda a história do jornalismo são notáveis os jornais e revistas populares, em geral abordando minuciosamente crimes espetaculares e, por vezes, utilizando o apelo sexual para atingir mais leitores.

Quando falta a ética jornalística ou o fato tem pouco interesse público, a prática passa a ser denominada *jornalismo marrom*. Nessa mesa, foram levantadas questões referentes à forma deste tipo de jornalismo, que hoje possui como maiores representantes os programas de rádio e tevê populares, bem como revistas e jornais supostamente direcionados às classes “C”, “D” e “E” - tanto pelo baixo custo comercial quanto pela linguagem mais acessível.

3.5 Conferência sobre Jornalismo e Cidadania Global

Ao longo das últimas décadas, cresce cada vez mais a importância de meios de comunicação dentro das instituições públicas, em distintos níveis de administração direta e indireta. TVs do judiciário, rádios comunitárias em prefeituras, jornais internos de empresas estatais e o aumento da estrutura de assessoria de imprensa e órgãos públicos são apenas alguns exemplos de ações que vêm se proliferando de forma considerável. Com a chegada da TV e rádio digitais e a possibilidade de ampliação dos canais de diálogo entre o público e os governos, cresce também o debate sobre o caráter deste tipo de comunicação, sua função social e seus dilemas jornalísticos.

Além da proliferação de órgãos públicos de mídia, cresceu também o número de cidadãos-jornalistas, que, por meio de blogs, torpedos, e-mails e vídeos gravados por



suas câmeras (de celular, fotográfica ou Mini-DVs), passaram a registrar acontecimentos e ganhar espaço na mídia, principalmente na internet.

Contrapondo-se à lógica comercial, o jornalismo aqui denominado *cidadão*, além de prover informações corretas e úteis à população, também visa dar transparência à gestão administrativa e desempenha um importante papel social, ao envolver direta e ativamente os cidadãos com as questões sociais.

A conferência foi ministrada pelo pesquisador Muniz Sodré.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A Meio a Meios II foi pensada nos mesmos moldes da primeira edição do evento, baseando-se num manual de organização de eventos produzido pelos próprios bolsistas do PET-ECO. Tal documento, que segue abaixo em síntese, resultou da experiência acumulada dos bolsistas no que se refere à realização de eventos na Escola.

Manual de Produção de Projetos

Organização de um evento:

1. Captação de recursos
 1. Organizar pelo site: CNPq, Faperj, Capes, UFRJ (portal principal, PR-1, PR-2, PR-5), Petrobrás, outras;
 2. Utilizar o calendário (e fazer com que ele vá automaticamente para a lista);
 3. 01 responsável.
2. Planejamento
 1. Desenho das atividades;
 2. Fazer tabela do que pode dar errado e soluções;
 3. Designação de responsáveis e delegação das responsabilidades. O coordenador delega mas confere a meta e o prazo.
3. Infra-estrutura
 1. Espaço físico;
 2. Custos não-financeiros.
4. Convidados
 1. Passagens;
 2. Estadia;
 3. Certificados (inscritos + participantes);
 4. Auxílio.
5. Divulgação e promoção
 1. Marketing viral (orkut, listas próprias, listas temáticas);
 2. Cartazes, folders, banners;
 3. Adesivo, caneta, pasta personalizada, camisas.
6. Pós-produção
 1. Relatório;
 2. Ver modelos de documentos;



3. Clipping;
4. Textos.

Relação com a pesquisa:

- Entrevistas com convidados;
- Pesquisa do evento (vide um evento aí no Intercom Sudeste 2007);
- Produção de artigos acadêmicos para apresentação em jornadas e publicação em revistas;
- Criação de mini Ciclos de Estudos, para artigos coletivos.

Relação com ensino:

- Envolvimento dos estudantes de graduação e pós na temática (como convidados, como participantes, como relatores);
- Os graduandos fazem resenhas e trabalhos e propomos enviar para revistas;
- Integração dos temas e dos convidados nas aulas ministradas pelo PET;
- Publicação do conteúdo *online*, no site do PET e sites temáticos.

Parindo o Projeto

- Pesquisar sobre o arcabouço teórico (aquele poço onde se jogam os grandes clássicos);
- Pesquisar e listar sobre os parceiros envolvidos;
- Pegar modelos acadêmicos de organização, sumário:
 - Introdução; Objetivos (gerais e específicos); Justificativas e Hipóteses; Fundamentação Teórica; Metodologia (com cronograma); Bibliografia (se for o caso, citar no corpo); Equipe (completa); Contatos (não economiza!)

Dicas úteis:

- Como utilizar recursos da UFRJ (passagens aéreas, carro, coquetel etc.): via memorando, por meio da Direção ou do PET, com modelos que estão na pasta Administração (Requerimentos).
- Ter um registro, nos contatos *online*, de todos os dados (FUJB, ECO, UFRJ, PET).

4.1 Cronograma

Um dos primeiros aspectos que tivemos em conta na fase inicial da organização do evento (normalmente designada por pré-evento) foi a calendarização de tarefas através da criação de um cronograma (“timeline”).

Esse incluiu as tarefas mais importantes – planejamento do projeto, fechamento da parte gráfica, convite aos palestrantes, captação de recursos, etc. - e as respectivas datas em que as mesmas deveriam estar concluídas o que, por si só, já estabelece uma

clara noção das prioridades, evitando que se cumprissem tarefas com atraso e, consequentemente, de forma menos eficiente e competente.

4.2 Orçamento

A semana foi orçada em R\$ 3.800,00, incluindo os serviços gráficos, correios e material de consumo, excluindo apoio operacional e material de premiação.

4.3 Retorno ao patrocinador

A divulgação do evento, de fundamental importância para que a realização seja bem sucedida, foi feita por meio das seguintes peças promocionais, nas quais os patrocinadores do evento tiveram crédito:

- :: 150 cartazes da **II Semana de Jornalismo da UFRJ**
- :: 1.500 *folders* de divulgação
- :: 2 *banners* confeccionados em lona
- :: 40 camisetas promocionais.
- :: Site da **II Semana de Jornalismo da UFRJ**

4.4 Divulgação

A divulgação do evento foi feita por meio das peças promocionais anteriormente descritas e do trabalho de assessoria de comunicação promovido pelos próprios bolsistas do PET e da Secretaria de Comunicação Social da ECO. Abaixo, a ‘logo’ oficial – criada pelo estudante de publicidade da ECO-UFRJ Rafael Miranda, vencedor do concurso interno da logomarca do evento, promovido pelo PET (imagem ao lado).

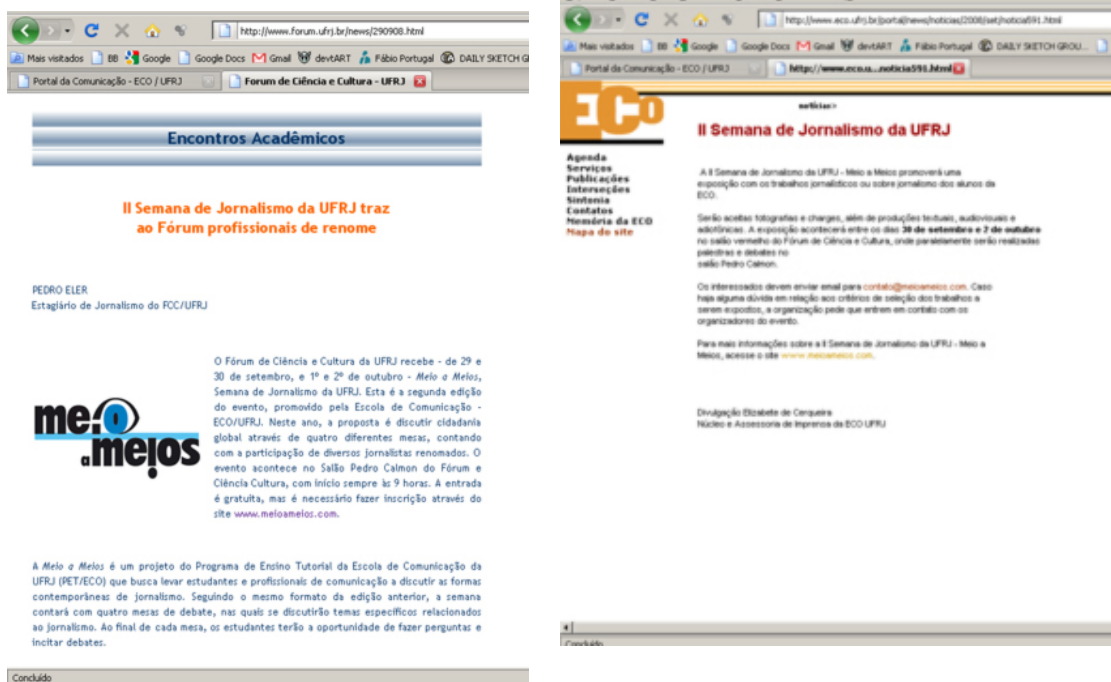


4.5 Clipping de notícias sobre o evento

Em conjunto com a assessoria de comunicação da ECO-UFRJ, os bolsistas do PET ECO puderam divulgar o evento por meio de sítios eletrônicos. Tais veiculações complementaram o trabalho de divulgação feito por meio das peças promocionais descritas anteriormente. Na página seguinte, dois exemplos concretos da divulgação.

4.6 Comissão organizadora

O evento foi organizado por bolsistas do Programa de Educação Tutorial da Escola de Comunicação da UFRJ, coordenado pelo Professor Doutor Mohammed ElHajji (ECO/UFRJ). Durante os dias de evento, calouros e outros alunos da graduação previamente selecionados ajudaram a operacionalizar sua realização. Assim, a comissão organizadora conseguiu apoio ao passo que estudantes com menos experiência puderam integrar-se mais ao âmbito acadêmico e aprender mais sobre o *modus operandi* da instituição de ensino.



Divulgação em sites ajuda no sucesso de público

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO/PROCESSO

A *II Semana de Jornalismo da UFRJ* aconteceu de 29 de setembro a 2 de outubro de 2008, das 9h às 13h. Os convidados foram os seguintes, de acordo com cada mesa e/ou oficina:

Jornalismo e Cidadania Global (29/9)

- Conferência com o Prof. Dr. Muniz Sodré (ECO/UFRJ)
- Mediadora: Profa. Ana Paula Goulart (ECO/UFRJ)

Abertura

- Ivana Bentes (Diretora da Escola de Comunicação da UFRJ);
- Ana Paula Goulart (Coordenadora do Curso de Jornalismo da UFRJ);



- Cristina Rego Monteiro (Coordenadora do Ciclo Básico do Curso de Comunicação Social da UFRJ);
- Mohammed ElHajji (Coordenador do Programa de Educação Tutorial - PET da ECO/UFRJ)

Jornalismo Investigativo (30/9)

- Angelina Nunes - Presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo - ABRAJI, Editora do jornal *O Globo* e ex-aluna da ECO/UFRJ
- Marcelo Beraba - Diretor da sucursal do *Estadão* no Rio, ex-ombudsman da *Folha de S. Paulo* e ex-aluno da ECO/UFRJ
- Jorge Antônio Barros - Editor do Jornal *O Globo* - *TEMA: Segurança Pública*
- Mediador: Prof. Augusto Gazir (ECO/UFRJ)

Jornalismo Esportivo (01/10)

- Alex Escobar - SporTV (*Tá na Área* e *SporTV News*), Rede Globo (*Bom Dia Rio*) e Rádio Globo
- Eraldo Leite - Coordenador do Esportes da Rádio Globo, presidente da Associação de Cronistas Esportivos do Rio de Janeiro e ex-aluno da ECO/UFRJ.
- Renato Maurício Prado - SporTV (*Bem, Amigos!*), colunista d'*O Globo*, fundador e ex-diretor do jornal *Extra*
- Carlos Alberto Vieira - Editor do Jornal LANCE!
- Mediador: Amaury Fernandes (ECO-UFRJ)

Jornalismo Popular (02/10)

- Humberto Tziolas - Editor do Jornal *Meia Hora*
- Octavio Guedes - Editor executivo do Jornal *Extra*
- Renata Souza - Jornal *O Cidadão* - Maré - *TEMA: Jornalismo Cidadão*
- Maurício Menezes - Plantão de Notícias - *TEMA: Humor no Jornalismo*
- Mediadora: Profª. Cristina Rego Monteiro (ECO/UFRJ)

Oficinas realizadas

A investigação jornalística

Dia 29/09, das 11h às 14h

Convidada: Maiá Menezes (Jornalista Política do Jornal *O Globo*)

Oficina de Jornalismo Social

Dia 01/10, das 11h às 14:40h

Convidado: Lise Morosini

Oficina de Rádio

Dia 02/10, das 13h às 17h

Convidados: João Paulo Malerba e Marina Vianna de Andrade

6 CONSIDERAÇÕES

A *Meio a Meios II* representou a oportunidade dos bolsistas do PET e graduandos que ajudaram na organização de trabalharem numa área que não é contemplada diretamente por nenhuma das habilitações da ECO-UFRJ: Relações Públicas. Tanto o contato com os palestrantes – muitos dos quais eram famosos e pareciam, à primeira vista, inatingíveis - como com o público serviu de experiência aos organizadores, que puderam adquirir maior competência para relacionar-se profissionalmente, além de maior confiança para gerenciar, dar ordens, negociar, improvisar e dirigir-se, quando necessário, a uma grande quantidade de pessoas em público.

A segunda edição do evento foi um sucesso de público, atraindo centenas de estudantes, profissionais da área ou não, e pessoas que simplesmente souberam do evento e quiseram comparecer. E é exatamente isso que um projeto de extensão almeja: a integração do meio acadêmico com a sociedade em geral, pois a universidade não pode ser uma ilha isolada para que os pensadores tenham seu espaço exclusivo de labor. Entre outras atribuições, as instituições de ensino devem prestar serviços direta e indiretamente à população e esse evento contemplou, em certa medida, tal objetivo.



Fórum de Ciência e Cultura lotado nos três dias de evento

Foram realizadas discussões de interesse público, relacionados aos novos rumos do jornalismo - uma das atividades centrais num sistema social como o nosso - que sofre aceleradas transformações a partir do desenvolvimento de novas tecnologias, com o advento da internet e da digitalização da informação, permitindo aos ouvintes atualizarem-se e terem suas questões pessoais esclarecidas (havia espaços de tempo designados para perguntas do público).

É importante ressaltar que a página do evento (www.meioameios.com) não só colaborou com sua divulgação, como também é um resultado da Meio a Meios II, uma



vez que a fase de pós produção do evento consistiu, entre outras coisas, em registrar fotos, textos e vídeos das palestras e oficinas no *site*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, M.F. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.

GOMES, A.M.C. **Cidadania e direitos do trabalho**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar E., 2002.

LOPES, Dirceu F. e Proença, J.L. (org.). **Jornalismo Investigativo**. São Paulo: Publisher do Brasil, 2002.

MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro e São Paulo: Record, 2003.

TORQUATO, G. **Tratado de Comunicação. Organizacional e Política**. São Paulo: Ed. Thomson Pioneira, 2002.