

Agência Júnior de Jornalismo Rio Branco: a experiência prática aliada ao conhecimento acadêmico ¹

Caio Colagrande CASTRO ²

Égon Ferreira RODRIGUES³

Patrícia RANGEL ⁴

Faculdades Integradas Rio Branco, SP

RESUMO

A Agência Júnior de Jornalismo Rio Branco é agência de jornalismo das Faculdades Integradas Rio Branco, espaço no qual os estudantes têm a oportunidade de atuar nas diversas plataformas atualmente disponíveis, exercitando a prática jornalística e aplicando, assim, o conhecimento teórico obtido em aula. Este artigo apresenta a experiência da Agência com a cobertura do 1º G-20 Youth Summit Brasil, evento internacional que contou com reportagens em português e inglês. Foram produzidos materiais em texto, vídeo, transmissão ao vivo pela Radioweb e acompanhamento em tempo real pelo Facebook, além do uso de fotos tomadas pelos próprios alunos.

PALAVRAS-CHAVE: agência júnior de jornalismo; prática e academia; coberturas; 1º G-20 Youth Summit Brasil; multimídia.

1 INTRODUÇÃO

A Agência Júnior de Jornalismo Rio Branco é a agência de jornalismo das Faculdades Integradas Rio Branco (FRB), espaço destinado à prática do aprendizado obtido na sala de aula e ao aprimoramento não só técnico, mas, principalmente, profissional e ético. Ela colabora dando a oportunidade do estudante ampliar seus conhecimentos adquiridos em classe durante as disciplinas ministradas no curso, por meio da experimentação da prática jornalística que vai desde a elaboração de pautas até entrevistas, edição e diagramação das reportagens nos meios impresso, eletrônico e online.

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na categoria Jornalismo, modalidade Agência Jr. de Jornalismo.

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo das Faculdades Integradas Rio Branco. E-mail: cccastro8@hotmail.com

³ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo das Faculdades Integradas Rio Branco. E-mail: egonfrster@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Coordenadora do Curso de Jornalismo das Faculdades Integradas Rio Branco. E-mail: patriciarangel@uol.com.br

Criada em 2000, a Agência Junior de Jornalismo Rio Branco colabora na produção dos seguintes veículos: Jornal–Mural “Oficina da Notícia”; Jornal Emfoco (editado desde o ano de 2002); Revista Origens; Rádíoweb Rio Branco e o blog “Profissão Foca”. Um dos pontos fortes da agência é a cobertura de eventos, como palestras que acontecem no Campus, as Semanas da Comunicação, eventos empresariais, o Prêmio Vladimir Herzog e até eventos de ambientes diplomáticos, como foi o caso do 1º G-20 Youth Summit Brasil e que o presente paper vem analisar. Dessa forma, possibilita aos alunos do curso de jornalismo a vivência em situações reais de trabalho, uma vez que geralmente é escalada como Comitê de Imprensa Oficial ⁵.

Porém, a *Agência* não se limita a atuar visando apenas à inserção de seus estudantes no mercado. Outro pilar das suas ações é conscientizar os jovens “focas” da sua responsabilidade frente à sociedade e à própria comunidade na qual residem. Por essa razão, já desde o terceiro semestre curricular os alunos, nas disciplinas concernentes a texto, são instigados pelos professores a iniciar reportagens de abrangência local e que possam se transformar em ferramentas de auxílio à população do bairro da Lapa, onde se localiza a faculdade. Como essas atividades têm espaço no *Blog Profissão Foca*, produto apoiado pela Agência Júnior Rio Branco, os discentes ampliam, a cada trabalho, a sua visão da importância social que possuem.

A *Agência* é formada por dois estagiários de jornalismo contratados, orientados pela coordenadora do curso. Além deles, os professores, no decorrer das aulas, coordenam as produções dos estudantes. Nos casos das coberturas de eventos (internos ou externos), alunos são selecionados conforme seu desempenho e dedicação aos estudos e participam como repórteres, auxiliados pelos estagiários e pelo professor orientador. Esta é a oportunidade para, mesmo que não tenham tido ainda disciplinas específicas como radiojornalismo, telejornalismo e edição, os universitários possam se familiarizar com os meios jornalísticos atuais, pois a *Agência* possui como padrão a produção de material textual, em rádio, em vídeo, em foto e pelas mídias sociais.

O presente trabalho abordará as experiências obtidas através da cobertura do 1º G-20 Youth Summit Brasil, evento internacional que simula ambientes de negociações diplomáticas como o G-20 e que foi ocorrido pela primeira vez no Brasil em 2012. O projeto, idealizado pela organização Global Attitude, previa a realização de cinco comitês

⁵ A Agência Júnior Rio Branco foi Comitê de Imprensa Oficial no Prêmio Vladimir Herzog (2011), no 1º G-20 Youth Summit Brasil (2012) e, de 13 a 23 de junho do ano corrente, cobrirá para a ONU o Rio+20, por rádio, também oficialmente.

de negociações, simultâneos, e mediados por *international chairs*, que mantiveram as discussões em inglês. Portanto, além de trazer em tempo real o resultado dos debates, seria necessário noticiar em duas línguas.

2 OBJETIVO

A Agência Junior de Jornalismo Rio Branco tem por objetivo promover a experiência sistêmica do aluno na área do jornalismo, colaborando com a formação profissional do futuro jornalista para que este desempenhe com competência os fundamentos teóricos, técnicos e tecnológicos por meio da rotina da prática jornalística. Mas, acima de tudo, a agência tem como foco formar um profissional para atuar de forma crítica, ética, comprometido com a liberdade de expressão, com a informação de interesse público e de modo responsável.

O convite da organização do 1º G-20 Youth Summit Brasil para realizar a cobertura enquanto Press Team oficial mostrou-se uma experiência única tanto para a Agência, que vem tendo um fortalecimento nas suas atividades desde 2011, quanto, e principalmente, para os alunos, que se confrontariam com um ambiente de cobertura em tempo real, diário e em variadas plataformas. Dessa maneira, seria necessário aplicar o embasamento obtido em sala já constituído, aliando-o ao contato com a prática jornalística.

3 JUSTIFICATIVA

Numa era de convergência jornalística, a Agência Junior de Jornalismo Rio Branco recria a realidade profissional das disciplinas do Curso - fazendo o aluno compreender percepções conceituais diferenciadas - e um hibridismo que hoje fazem parte da profissão.

Assim, participando dos trabalhos realizados pela Agência, o aluno não apenas se aproxima de um ambiente próximo do que será encontrado profissionalmente como também se prepara para o caráter multimídia cada vez mais presente hoje no jornalismo. Sobre essa questão, diz o sociólogo espanhol Manuel Castells:

É pena que os media, os políticos, os actores sociais, os líderes económicos e os decisores continuem a falar de sociedade de informação ou sociedade em rede, ou seja o que for que queiram chamar--lhe, em termos de futurologia ou jornalismo desinformado, como se essas transformações estivessem ainda no futuro, e como se a tecnologia fosse uma força independente que deva ser ou denunciada ou adorada. (CASTELLS, 2005, p. 19)

As coberturas de eventos carregam a necessidade intrínseca de se utilizar novas ferramentas em prol do compartilhamento das informações e despertam no aluno a consciência de quanta responsabilidade o jornalista tem – a velocidade com a qual é necessária produzir uma reportagem, independente da mídia, aliada ao imperativo de se informar à população de acordo com os princípios éticos que norteiam a profissão.

Por essa razão, o convite da Global Attitude em março de 2012 para a cobertura do primeiro evento diplomático internacional destinado a estudantes no Brasil mostrou-se uma oportunidade para que os universitários do curso de jornalismo pudessem, de maneira plena, aplicar todo o aprendizado obtido em sala, além de exercitarem o seu senso crítico e diversificarem a sua gama de conhecimentos gerais – conjunto de informações imprescindível a qualquer jovem que esteja entrando no mercado de trabalho.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Por se tratar de um evento de grande porte, com rodadas de negociações acontecendo paralelamente umas às outras, foi necessário montar um esquema de cobertura especial para o 1º G-20 Youth Summit Brasil, com estudantes se deslocando de comitê em comitê quando necessário. Isso trouxe a oportunidade dos discentes experimentarem o uso das diversas ferramentas disponíveis ao jornalista para se tratar a informação – texto escrito, rádio, televisão, foto e mídias sociais.

A equipe foi montada objetivando-se obter um nível alto de multidisciplinaridade e coerência com o mercado de trabalho. Portanto, foram selecionados oito alunos do curso de jornalismo – para a produção das matérias propriamente ditas – que se revezaram conforme a sua disponibilidade, e quatro estudantes do curso de Rádio e TV das Faculdades Integradas Rio Branco, que auxiliaram na edição dos vídeos e na tomada de fotos. Todos os voluntários contaram com a presença em período integral dos dois estagiários da Agência Júnior de Jornalismo Rio Branco.

Em concordância com o Instituto Global Attitude, e seguindo uma solicitação deste, foi adotado um viés factual, ou seja, a cobertura se concentraria majoritariamente nos assuntos discutidos durante o evento, que ocorreria em inglês. Tendo em vista esta característica, ficou decidido que as matérias também seriam realizadas em inglês, à exceção da transmissão via rádio.

Antes, porém, a Agência ficaria responsável por escrever matérias para o blog oficial e alimentar a sua página no Facebook antes do início das atividades, com reportagens bilíngues sobre temas que seriam postos em debate.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Em março de 2012, o Instituto Global Attitude - organização internacional que atua no estímulo aos debates diplomáticos entre jovens sobre os diversos temas em pauta no mundo hoje, como sustentabilidade, o avanço da internet, políticas públicas, entre outros - fechou parceria com as Faculdades Integradas Rio Branco para promover o 1º G-20 Youth Summit Brasil - simulação de negociações diplomáticas que ocorre desde 2006 em outros países e que teria sua primeira edição brasileira de 9 a 13 de abril do mesmo ano. A Agência Júnior de Jornalismo Rio Branco foi convidada, então, a integrar o Press Team oficial do evento e a produzir reportagens factuais, mas ainda assim críticas, seguindo-se a linha de que as matérias deveriam ser realizadas como se tratassem efetivamente das rodadas do G-20 oficial.

As rodadas seriam distribuídas entre cinco comitês: Chefes de Estado, Desenvolvimento, Meio-Ambiente, Economia e Finanças, cada qual com uma pauta própria. A organização, porém, cancelou os dois últimos, montando, então, três comitês que ocorreram simultaneamente.

Para dar ao evento maior dimensão e, ao mesmo tempo, exercitar a prática dos alunos, ficou decidida a cobertura através de cinco meios: texto (blog), vídeo, áudio (*broadcasting*), foto e mídias sociais (Facebook). Assim, em consulta aos professores, foram selecionados estudantes de etapas variadas tanto de Jornalismo quanto de Rádio e TV, que se revezariam entre manhã, tarde e noite conforme a disponibilidade de cada um. Os dois estagiários da Agência estariam em horário integral; ao final, todos receberiam um certificado de participação.

Para guiar a atuação jornalística, uma semana antes do início das atividades os alunos realizaram reunião de pauta, a fim de especificar os padrões da cobertura, apresentar a divisão por comitê e por mídia e tirar dúvidas pendentes.

Texto

Os material escrito foi todo produzido para internet e postado no blog oficial (<http://g20youthsummit.com.br/blog>), com chamadas na *fan page* do evento no Facebook.

Antes do início das atividades do G-20 Youth Summit Brasil, a Agência Júnior de Jornalismo Rio Branco escreveu matérias de “aquecimento”, tratando de assuntos relativos aos temas discutidos nos comitês, como as *cleantechs*, redução dos riscos de desastres naturais, ciber-segurança, mercado de trabalho para os jovens, entre outros.

Durante as rodadas de negociações, os estudantes acompanhavam as discussões e, ao final, escreviam uma reportagem sobre como o comitê se comportou, quais as questões debatidas, o clima da mesa, enfim, o que fosse relativo aos acontecimentos do dia. A orientação dada aos estudantes de jornalismo é que deveria se observar a plataforma na qual a matéria entraria: por se tratar de um meio online, os textos precisavam ser objetivos, sem deixar de informar ao leitor os principais acontecimentos das discussões. Portanto, o aluno deveria selecionar corretamente as passagens mais importantes conforme a situação nos debatedores, fato que se observava apenas no momento, a depender dos humores tanto dos mediadores quanto dos participantes.

As matérias subiam aos blogs tanto em inglês (idioma utilizado no evento) quanto em português.

Rádio

A Radioweb Rio Branco teve a sua primeira transmissão via internet durante o G-20 Youth Summit Brasil. Com uma equipe de dois estudantes e um técnico de áudio, a rádio trouxe aos internautas a possibilidade de acompanhar as negociações dos comitês de Desenvolvimento e de Chefes de Estado na íntegra. Os dois alunos escalados assistiam aos debates e entravam ao vivo para comentarem, em português, os temas tratados, sempre orientados pela necessidade de se olhar com criticidade para os fatos. Se fosse necessário criticar, os jornalistas eram orientados a fazê-lo através do profissionalismo e da imparcialidade.

Além das rodadas, as palestras dos convidados nacionais e internacionais também entraram na grade de programação, seguindo-se a mesma orientação: a crítica jornalística quando necessária para a compreensão do assunto exposto, a fim de não apenas informar, mas passar ao ouvinte um cenário amplo e além do simples factual.

Foi priorizado um revezamento entre os alunos para que todos pudessem participar das transmissões, uma vez que, por serem ao vivo, tornaram-se o grande desafio que deveria ser transposto. Mesmo os mais inexperientes (principalmente os do terceiro

semestre) puderam tomar contato com essa mídia, orientados pelos estagiários, que já possuíam experiência com rádio.

As transmissões duravam cerca de três horas no período matutino; duas no vespertino; e uma hora à noite.

Vídeo

Auxiliados pelos alunos de Rádio e TV, os estudantes de jornalismo produziram conteúdo telejornalístico em forma de vídeo, abordando os principais assuntos tratados durante as negociações de todos os comitês. Os arquivos estão disponibilizados na *fan page* do evento no Facebook (<http://www.facebook.com/pages/G20-Youth-Summit-Brasil/197230433715436?sk=videos>).

Os próprios universitários escreviam as folhas-lauda e, após análise e eventuais correções no texto, a fim de torná-los o mais jornalístico possível, eram filmados e acompanhavam a edição da matéria. Como o deadline para vídeo era mais apertado (as postagens deveriam ser feitas no próprio dia), foi necessário ao aluno desenvolver a apuração e tratar dos temas com objetividade, além de precisar desenvolver a pauta em inglês, idioma utilizado na reportagem.

Os estudantes de Rádio e TV também receberam orientação, uma vez que, segundo eles mesmos, não costumavam editar trabalhos jornalísticos. Portanto, noções de corte, entradas de off, passagem e sonoras foram explicadas e aplicadas.

Facebook

Essa rede social (<http://www.facebook.com/pages/G20-Youth-Summit-Brasil/197230433715436>) foi amplamente utilizada, seja para divulgação e interação com o público, seja nas coberturas em tempo real. No caso da divulgação, também realizada pela Agência, os textos postados no blog oficial foram relacionados nos posts da página no Facebook do 1º G-20 Youth Summit Brasil. Notando que essas postagens eram comumente comentadas, curtidas e compartilhadas, também disponibilizou-se enquetes, a fim de aumentar o vínculo com os internautas.

Através da *fan page*, as pessoas podiam, também, acompanhar o que se tratava nos comitês. Um jornalista ficava encarregado de selecionar os trechos mais relevantes e informá-los através de um relato curto, também bilíngue, e próprio para essa plataforma. Mas não apenas as rodadas de negociações entraram na grade: todas as palestras foram

transmitidas ao vivo através do Facebook e, para satisfação da equipe, acompanhadas por pessoas do Brasil e também do exterior, como estudantes de importantes universidades que já receberam o evento G-20 Youth Summit em diversos países, como Paris, Canadá e Japão.

Porém, esta mídia demandou um cuidado especial: embora precise possuir tom mais informal para cativar a leitura, não pode se transformar em mera postagem pessoal, como se estivesse conversando com amigos próximos. Alguns alunos sentiram dificuldade em fazer essa separação, mas, assim que detectados os erros, eles foram corrigidos e explicados aos jornalistas.

A cobertura ocorria também durante todo o dia, nos debates diplomáticos, e também integralmente nas palestras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cobertura jornalística do 1º G-20 Youth Summit Brasil mostrou-se uma experiência muito valiosa para os alunos e a própria Agência. Aos estudantes porque tiveram a grande oportunidade de conviver com o ambiente diplomático – espaço muito pouco conhecido por eles e explorado academicamente – e com as pressões do jornalismo diário e das transmissões ao vivo. Além das rodadas de negociações, acompanharam também palestras como a do Cônsul-geral norteamericano William Popp e o professor Oliver Struenkel, entrevistando-os e ampliando ainda mais sua gama de experiências. Todos esses fatores constituíram aprendizados que farão a diferença tanto no âmbito da própria faculdade, quando os universitários tiverem as matérias mais específicas e que já foram experimentadas durante o evento, quanto profissionalmente, ao se comportarem mais naturalmente frente a situações semelhantes.

Para a Agência, o legado vem na forma de aprendizado: obviamente, houve problemas para serem resolvidos, como a necessidade de fluência do inglês, a desistência de alguns alunos da equipe antes do evento, a logística de posicionamento dos microfones e das mesas a fim de captar melhor o áudio para a Radioweb, etc. Porém, estas são lições que já estão sendo absolvidas, por exemplo, com a criação do Manual de Redação da Agência Júnior de Jornalismo Rio Branco, a fim de prover material de consulta e apoio constante aos alunos.

Além disso, deve-se notar a alta aceitação da cobertura e o constante acompanhamento por parte dos internautas, que interagiram com a *fan page*, ouviram as

transmissões da rádio, assistiram aos vídeos e *curtiram* as fotos publicadas na rede social, fazendo do evento, e da cobertura, um sucesso.

REFERÊNCIAS

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede**. Portugal: Imprensa Nacional, 2005.

LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MATOS, Franco de. **A empresa júnior no Brasil e no mundo**. São Paulo. São Paulo: Martin Claret, 1997.

PALACIOS, Marcos. **Projetos experimentais e mercado de trabalho: O papel das práticas laboratoriais**. Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, 1993, vol. 12, nº 20, p. 175-182.