

XIV ENCONTRO NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO (ENPJ)
X CICLO NACIONAL DE PESQUISA EM ENSINO DE JORNALISMO
MODALIDADE DO TRABALHO: Relato
GRUPO DE PESQUISA: Projetos Pedagógicos e Metodologias de Ensino

FOCAIA – FOCAS DO ARAGUAIA: UMA EXPERIÊNCIA COM PROJETO DE EXTENSÃO DE AGÊNCIA JÚNIOR NO CAMPUS UNIVERSITÁRIO DO ARAGUAIA DA UFMT

Alfredo José Lopes Costa ¹
alfredo.costa@gmail.com

Palavras-chave: Ensino de jornalismo. Jornalismo universitário. Experiência docente. Projeto de extensão. Agência júnior.

1. Histórico do curso de Jornalismo no Campus do Araguaia

A proposta desse trabalho é relatar uma experiência docente vivenciada, durante o ano letivo de 2011, por meio do projeto de extensão intitulado “Agência Júnior de Jornalismo do Campus Universitário do Araguaia da Universidade Federal de Mato Grosso”. Foi possível constatar que a utilização do modelo de agência júnior no ensino de Jornalismo oportuniza espaço para que os alunos do curso desenvolvam, fora dos bancos escolares, atividades práticas em relação à futura profissão que desempenharão.

Com orientação voltada ao estudo do Jornalismo Impresso, o curso de Jornalismo do novo Campus Universitário do Araguaia da Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT, localizado em Barra do Garças (MT), foi criado por professores vinculados ao curso de Letras do Instituto de Ciências Sociais e Humanas já existente no antigo Campus Universitário do Médio Araguaia da UFMT, na cidade vizinha de Pontal do Araguaia (MT). Até o momento, apenas três professores com formação em Jornalismo e um em Rádio e TV estão vinculados ao curso de Jornalismo (embora o projeto previsse total de sete professores com formação específica até a presente data). Só em meados de maio de 2011, ou seja, dois anos após o início do funcionamento do curso, ficou pronto laboratório para atividades práticas, com equipamento específico de Comunicação.

Como um blog exige investimentos menores que veículos como Rádio e TV, a estratégia da FocAia tem como base operacional o blog focaia.blogspot.com. Essa

¹ Professor assistente do curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFMT- Campus Universitário do Araguaia. Mestre em Administração e Mercadologia (UFMT), especialista em Marketing (UFRJ). jornalista diplomado pela UFF.

ferramenta foi o método inicial para atuar no contexto regional do curso, criado dentro do programa Reuni a partir de 2009, e que vem sendo ministrado no novo campus em construção, com o ônus do pioneirismo, em relação a recursos humanos e materiais.

O contexto regional e local, que abrange várias cidades em franco desenvolvimento social, econômico, cultural e político, carece de profissionais que atuem na área jornalística, já que estudos têm apontado que, em termos de profissionais já graduados, o maior número existe na Região Sudeste e no Distrito Federal. Pensando-se ainda, em termos regionais e de localização, a região do Araguaia, formada por municípios de Mato Grosso e Goiás, está bastante distante das capitais Cuiabá (mais de 500 km) e de Goiânia (mais de 400 km), cidades que oferecem a graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo.

A Agência Júnior de Jornalismo FocAia teve, portanto, o objetivo de servir de canal de experimentação para atividades de iniciação a prática jornalística dos alunos do curso de Comunicação Social - habilitação Jornalismo da UFMT (Campus Universitário do Araguaia). Em face das dificuldades enfrentadas pelo curso em fase de constituição, a utilização do blog coletivo do curso como base operacional da agência júnior mostrou-se o instrumento mais adequado para dar início a essas atividades. Além de abrigar a produção de material textual, visual e/ou audiovisual dos alunos, a filosofia e linha editorial do blog buscam indicar *links* e divulgar informações úteis para profissionais, professores, estudantes, pesquisadores e simpatizantes de Jornalismo, Comunicação e áreas afins.

2. Recursos e metodologia utilizados

Foi cedida, pela Pro-Reitoria do Campus, uma sala (equipada de dois computadores com acesso à Internet), destinada à Agência FocAia. Antes de iniciar a parte prática propriamente dita, verificou-se que o nível de conhecimento de informática, internet, redes sociais e blogs era bem variado – enquanto alguns eram neófitos, outros já mantinham blogs e twitter, seja como diário pessoal, seja como blog de orientação jornalística. A turma foi estimulada a trocar experiências. Um dos alunos, já *expert* em *webdesign*, foi selecionado como monitor da disciplina Webjornalismo e passou a colaborar com o blog da Agência, criando blog pessoal para ensinar, aos colegas interessados a participar voluntariamente da do blog, passo-a-passo como desenvolver um blog.

Entre os desafios do ensino do Ciberjornalismo, está o atraso da revolução digital no ensino universitário. A ideia inicial da montagem do blog jornalístico era de que os conteúdos fossem alimentados com base em textos produzidos na

disciplina Webjornalismo e em outra disciplina, ministrada simultaneamente no segundo semestre da grade curricular, Produção da Notícias, promovendo-se adequações necessárias ao meio digital, além de contribuições voluntárias de alunos de outros períodos. O material era avaliado considerando-se critérios de atualização contínua, fidelização ao tema proposto no blog individual, pertinência e consistência das postagens, opinião, disponibilização de links e comentários de usuários visitantes. Os selecionados nesses critérios eram “reblogados” no blog.

O professor, ao revisar o blog coletivo, fazia os ajustes para o meio digital e dava o respectivo *feedback* ao aluno, que assim podia promover a adequação do texto em seu blog. Com o tempo, reduziu-se a necessidade de ajustes, com a melhora da qualidade dos textos para o meio digital. Demais professores do curso também blogavam assuntos de suas áreas de interesse, tornando os conteúdos variados.

3. Resultados e discussões

Com a visibilidade proporcionada pela internet dentro e fora da região, o blog começou a formar uma rede de parceiros no Campus, na Universidade e em diversos locais do País, que foram contatados ou tomaram a iniciativa de se aproximar para fornecerem conteúdos ao blog FocAia. Até junho de 2012 o blog apresentou 2 mil postagens e contava com 171 seguidores, além de 71 mil acessos. O twitter apresentou 2.850 postagens e 727 seguidores.

Entre os motivos elencados no Projeto de criação do curso, observa-se que as cidades da região tinham atuação Comunicação pouco profissional, com enfoque sensacionalista e político, sem responsabilidade social e com defasagem tecnológica. O blog FocAia, assim como o próprio curso de Jornalismo do Campus Universitário do Araguaia, teve espírito pioneiro, inserindo o Vale do Araguaia no mapa da Comunicação Digital. Sua primeira atividade e base operacional, o blog, obteve seu primeiro reconhecimento, ao ser tornar finalista do Prêmio Expocom Centro-Oeste em 2010.

Neste momento em que a turma pioneira do curso de Jornalismo entra em seu último ano de faculdade, é preciso vivenciar aquilo que se aprendeu em sala de aula e aprimorar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso com trabalhos de verdade. A chegada de alguns equipamentos, embora ainda insuficientes em quantidade e qualidade, é preciso proporcionar experiências ricas de aprendizado e desenvolvimento dos conhecimentos do curso de Jornalismo. Experiências essas que enriquecem muito uma faculdade de Jornalismo. Pra que ficar somente na rigidez das aulas, da carga horária, das optativas? Na Agência Júnior, deve-se ter contato com experiências únicas, que extrapolam a sala de aula.

O principal objetivo de uma agência júnior é viabilizar a produção de veículos impressos, televisivos, radiofônicos e digitais e promover a otimização dos recursos (Reis Filho *et al*). Jornais, revistas, blogs, websites, redes sociais, videodocumentários, vídeos institucionais e programas de rádio. Esses são alguns dos projetos que a FocAia tem potencial para realizar, desde que forme uma equipe permanente com funções definidas. Acreditamos que a FocAia vem cumprindo o papel de estimular a prática jornalística desde a sua criação e agora deve se estruturar para permitir não só o desenvolvimento das atividades, mas também planejamento e monitoramento, o que só é possível com a constituição de equipe com funções determinadas.

O rápido desenvolvimento da Internet e o conjunto de novos meios tecnológicos podem vir tornar ainda mais complexas as previsões sobre a nova mídia. Prevendo as transformações do sistema de notícias e mídia como se conhece, as escolas de jornalismo já começam a procurar o Ciberjornalismo (ou Webjornalismo) como alternativa. A intenção é formar estudantes que unam o conhecimento de informática e web com as habilidades jornalísticas, e que assim possam estar preparados para a mídia do futuro. Jornalistas terão que estar prontos para compartilhar informações sempre que as tiverem e da melhor forma para comunicá-las à audiência - Isso significa que eles terão que ter habilidades técnicas múltiplas para atuar em várias ferramentas e plataformas diferentes. Por isso, à medida que ingressarem novas turmas e as atuais avançarem na grade curricular, faz-se necessário implementar gradualmente infra-estrutura para a Agência Júnior que permita integrar os eixos de formação profissional, aplicação processual e prática laboratorial, de modo que se cumpram as exigências do MEC para reconhecimento do curso. Para tanto, é necessário que a o blog alimentado basicamente por trabalhos em sala de aula evolua para o desenvolvimento de um portal – integrado às demais disciplinas da grade curricular -, estruturando-se equipe de estagiários para suprir demanda por cobertura jornalística dos eventos que acontecem no campus e na sociedade envolvente.

4. Perspectivas

A equipe do projeto da Agência Júnior de Jornalismo FocAia - Focas do Araguaia verificou, no decorrer de 2011, demanda de natureza que extrapola as atividades de Jornalismo propriamente ditas. Prestou serviços de assessoria de imprensa à organização do evento chamado de Motorcycle Araguaia, realizado em junho, que atraiu à cidade cerca de 1.200 motociclistas de todo o país. Na ocasião, foram promovidos shows musicais gratuitos, em quatro noites, com bandas locais e de

fora da região. A equipe, juntamente com o grupo intitulado 'Anormal' participou também da realização do inédito espetáculo de *stand up*, trazido para Barra do Garças em dezembro pelo projeto, que contou com audiência de mais de 350 espectadores da população local. O evento proporcionou aos membros o desenvolvimento de atividades práticas relacionadas ao desenvolvimento de mercado de trabalho regional na área de Comunicação. Entretanto, esse tipo de iniciativa exige que o profissional se supere e domine conhecimentos que extrapolam o mercado jornalístico. Daí a necessidade de criação de um projeto à parte da Agência Júnior de Jornalismo, que permita a formação e experimentação no segmento de assessoria de comunicação integrada, que está definitivamente consolidado no mercado de comunicação, constituindo-se na área que mais emprega jornalistas. É um momento marcante na história da profissão num tempo de profundas modificações nas relações de trabalho. E as oportunidades estão aí, surgindo a cada dia com inovação e criatividade. Enquanto o mercado de trabalho jornalístico tradicional encontra-se já ocupado por empresas do ramo, o mercado para atuação de assessoria de comunicação pode ser expandido, considerando-se o atual e potencial mercado de produções culturais e artísticas, estabelecimentos comerciais, empresas de turismo e profissionais liberais, entre outros segmentos. Os resultados motivaram mais um passo rumo ao funcionamento da Agência Júnior como empresa júnior: está em elaboração novo projeto de extensão que desmembrará a agência em duas: uma agência júnior de jornalismo e outra agência júnior de comunicação integrada. A criação de projeto de extensão de agência júnior de comunicação integrada visa, além de ampliar aos alunos as atividades práticas relacionadas ao curso de Jornalismo, contribuir para o desenvolvimento de mercado de trabalho regional na área de assessoria de comunicação e divulgar à comunidade regional a importância do papel do assessor de comunicação.

A Comunicação integrada não apenas instalou-se, como também vigora em nível estratégico em muitas empresas e nas demais organizações, conforme Kunsch (1997). Tuzzo e Braga (2011) registram que até mesmo profissionais liberais despertaram para a necessidade de uma Assessoria de Comunicação que trabalhe a formação de imagem e identidade diante de uma sociedade cada vez mais competitiva.

Num primeiro momento, torna-se necessário o desenvolvimento de um diagnóstico, em que os estudantes traçarão perfil das organizações e a atuação que têm na comunidade local e regional, por meio de entrevistas com os responsáveis

pela direção e coordenação dessas organizações. Desse modo será possível identificar deficiências nas atividades e na gestão da comunicação organizacional em cada uma desenvolver um projeto de comunicação organizacional e divulgação institucional.

5. Referências Bibliográficas

KUNSCH, Margarida Maria Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997.

REIS FILHO, José; VARGAS, Heydy; VIEIRA, Margarete; RABELO, Joslaine. Teoria e Prática em Movimento: Agência Experimental de Jornalismo da Faculdade de Jornalismo e Relações Públicas da Universidade Metodista de São Paulo. XIII Congresso Nacional da Intercom... Anais, 2007.

TUZZO, Simone A. e BRAGA, Claudomilson F. Assessoria de Comunicação para Profissionais Liberais: Uma visão do mercado goianiense. Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de la Comunicación... Anais, 2011.