

Jornal Jr – Agência Júnior de Jornalismo da UNESP¹

Beatriz Rodrigues VITAL²
Juarez Tadeu de Paula XAVIER³
Suely MACIEL⁴

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, UNESP, Bauru, SP

RESUMO

A Jornal Jr – Agência Júnior de Jornalismo da UNESP – é uma empresa júnior sem fins lucrativos e com fins educacionais, fundada em 2006, visando, prioritariamente, atender as demandas de formação dos alunos, em especial na área de gestão, disciplina ausente na grade curricular do curso de jornalismo. Além disso, a agência procura aproximar o aluno das práticas jornalísticas e do mercado de trabalho, buscando fornecer ao estudante experiências de assessoria de comunicação e imprensa, de cobertura de eventos, de produção de reportagens, releases e eventos. Como forma de retribuir o investimento por parte da universidade, a agência busca promover projetos de cunho social interligando Universidade e sociedade bauruense.

PALAVRAS-CHAVE: Jornal Jr; Gestão em Jornalismo; Empreendedorismo; Cobertura Jornalística; Assessoria.

1 CRIAÇÃO DA JORNAL JR

Inicialmente, a Jornal Jr foi fundada como empresa júnior e, posteriormente, adotou a nomenclatura de agência. Formada apenas por alunos devidamente matriculados no curso de Jornalismo da UNESP Bauru, a agência passou por um grande período de adaptação, captação de recursos e estruturação, permanecendo fechada por dois anos após sua criação e retomando suas atividades no ano de 2009. A partir de então, ela vem crescendo e adquirindo espaço e prestígio dentro e fora da Universidade. Por oferecerem um serviço igual ao de qualquer empresa com um preço de mercado abaixo das demais, as agências juniores tornam-se uma boa alternativa para quem quer qualidade com baixo custo. Pode-se acrescentar ainda que a agência coloca-se como um projeto de extensão ao aluno, na qual ele atua como se estivesse estagiando no mercado de trabalho. As diversas produções realizadas pela Jornal Jr que lhe conferiram credibilidade nesses últimos anos serão devidamente listadas ao longo desse trabalho. Este artigo tem por objetivo contribuir com o

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria I - Jornalismo, modalidade JO01 Agência Jr. de Jornalismo (conjunto/ série).

² Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social: Jornalismo, email: presidencia@jornaljr.com.

³ Professor Doutor da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP – Bauru e orientador do trabalho, email: jxavier@faac.unesp.br.

⁴ Professora Doutora da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp – Bauru e orientadora do trabalho, email: suelymaciel@faac.unesp.br

debate sobre a organização das agências juniores no campo do jornalismo, na construção de experiências de gestão de pessoas, processos e produtos. Esse artigo visa também ser suporte teórico para futuros estudos sobre gestão em jornalismo, visto que esta é uma área inovadora e com pouco material teórico disponível.

2 OBJETIVOS DA AGÊNCIA

O principal objetivo da Jornal Jr consiste na complementação da formação conceitual, técnica, ética e cultural dos alunos de Jornalismo da UNESP Bauru. Para os membros da Diretoria Executiva é proporcionada a experiência de gestão empresarial e administrativa, enquanto os repórteres vivenciam a prática jornalística através da produção de boletins, informativos e da cobertura de eventos. A agência visa, ainda, ser um campo de experimentação, no qual o aluno pode e deve aplicar conhecimentos teóricos apreendidos em sala de aula. O intercâmbio universidade e empresa júnior proporcionado ao aluno faz com que ele adquira conhecimentos além do básico, facilitando a entrada dos ex-integrantes no mercado de trabalho. Ademais, a agência busca promover o empreendedorismo entre os alunos, tentando inovar no que se refere à gestão de conteúdos.

3 POR QUE EXISTE A JORNAL JR?

O mercado de trabalho no campo jornalístico da cidade de Bauru é muito restrito quando comparado ao grande volume de alunos que a faculdade abriga. Dessa forma, os projetos de extensão, como a Jornal Jr, são de fundamental importância para que o aluno não termine o curso sem ter tido contato com nenhuma experiência mercadológica. Tal experiência vem sendo cada dia mais exigida pelos veículos empregadores. Além disso, ninguém melhor do que um aluno para identificar as lacunas da grade curricular e tentar complementá-la. Por ser formada e gerenciada por alunos, a Jornal Jr reflete sobre essas necessidades de formação e busca criar projetos, oficinas, palestras que sanem as demandas dos alunos. A Semana de Jornal, realizada anualmente até o ano de 2012, buscava sempre trazer profissionais do mercado que pudessem expor as dificuldades, os prestígios e as inovações da profissão. Afinal, quando não se tem contato com o mercado é muito difícil saber em que situação ele está e ter conhecimento dessa situação é de fundamental importância para o aluno, visto que ele deve estar preparado para encarar esse cenário em pouco tempo. Este ano, a agência visa abarcar um leque ainda maior de opções com a realização da Semana de Comunicação 2013. Em parceria com outros projetos de extensão da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), a Jornal Jr realizará uma

semana inteira com palestras, oficinas, visitas monitoradas e atividades culturais para os alunos de comunicação do câmpus, visto que é uma tendência do mercado de trabalho exigir que o aluno tenha um conhecimento amplo e transite entre as diversas áreas da comunicação. Um exemplo típico dessa integração de áreas se dá no campo da assessoria de imprensa e de comunicação, na qual as funções do profissional de jornalismo e de relações públicas muitas vezes se confundem. Essas atividades da Jornal Jr fazem com que ela realize uma prospecção de mercado e apresentem aos egressos um cenário realista do mercado de trabalho, das necessidades e competências profissionais e das possibilidades de empregabilidade.

Um fato a ser levado em consideração é de que a universidade é um local de reflexão teórica e experimentação, sendo assim, na agência podem surgir inovações quanto à gestão de pessoas, gestão e administração de conteúdos jornalísticos e gestão de processos e recursos jornalísticos que, se eficazes, futuramente, podem ser implantados nas agências já atuantes no mercado.

A vocação da Jornal Jr é pela inovação no campo do jornalismo para fortalecer o curso da UNESP, bem como a formação profissional de alunos e alunas.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS APLICADOS NA AGÊNCIA

4.1 – Estrutura da agência

A Jornal Jr. constitui-se no trabalho conjunto entre a Diretoria Executiva e o Corpo de Reportagem. A Diretoria se estrutura da seguinte forma: oito diretorias divididas por funções, conforme o trabalho a ser realizado na agência. A cada uma delas está ligado um *trainee* que entra na agência por meio de um processo seletivo de duas etapas – uma dinâmica em grupo e uma entrevista individual. Cabe a Diretoria administrar, organizar e gerir os projetos e a agência. Os membros reúnem-se semanalmente em reuniões para discutir tudo o que foi feito, o que deve ser feito, além do que já está em andamento. Os diretores e *trainees* realizam permanências na sede da Jornal Jr para realizar suas tarefas e receber pessoas que possam procurar a agência. É importante citar que não existe hierarquia entre as diretorias da agência, tendo a Diretoria de Presidência apenas o direito ao voto de minerva. Além disso, a agência júnior é autônoma no que se diz a decisões sobre eventos, processos e produtos. Embora ela tenha, oficialmente, um professor coordenador e um colaborador, que atuam como tutores, toda a organização e estrutura da agência são

baseadas em decisões da Diretoria Executiva.

A atuação da Diretoria está assim organizada:

- a) Diretoria de Presidência: cuida dos trâmites legais da agência, além da mediação das reuniões da Diretoria Executiva. Também atua como fiscal na gestão da agência: é ciente de tudo o que acontece;
- b) Diretoria Administrativa/Financeira: elabora as demonstrações financeiras, relatórios de atividades e orçamento anual, bem como cuida dos trâmites burocráticos, em conjunto com o Diretor Presidente, e do patrimônio da agência;
- c) Diretoria de Projetos e Criação: é responsável por elaborar e buscar novos projetos e parcerias para a empresa, dentro e fora da universidade. Além disso, busca a inovação tanto na organização interna da empresa quanto no desenvolvimento de novos produtos e abordagens criativas;
- d) Diretoria de Projetos e Logística: é responsável pelo contato com clientes passivos, traçando as diretrizes das parcerias, além de avaliar quais deles são interessantes para a agência. Também é responsável por montar os planos de cobertura e dividir as funções que os membros da empresa terão nos eventos em que a Jornal Jr. se envolve;
- e) Diretoria de Gestão de Pessoas: coordena as equipes de trabalho (reportagem e diretoria), promove a capacitação dos diretores, acompanha o desenvolvimento das atividades da agência, avalia a gestão dos membros e promove a harmonia profissional entre os componentes. Ela também viabiliza e coordena, junto à Diretoria de Projetos, o processo de cobertura jornalística realizada pela agência;
- f) Diretoria de Qualidade: é responsável por garantir a qualidade dos projetos feitos pela empresa. Ela recebe os relatórios mensais feitos pelos diretores e que contêm as atividades por eles desenvolvidas, bem como trata da organização da empresa, acompanhando o planejamento e atualizando as pendências a serem decididas nas reuniões semanais;
- g) Diretoria de Comunicação: é responsável por fazer a ponte entre a Jornal Jr e os núcleos internos e externos. Distribui ou mantém os contatos com parceiros e projetos da agência para que estes possam se concretizar. Ela também divulga os eventos da empresa juntamente com a diretoria de Marketing, produzindo e enviando releases e notas aos meios jornalísticos.
- h) Diretoria de Marketing: tem como principal função vender os produtos e serviços oferecidos pela agência. O diretor de Marketing também é responsável por manter a imagem da empresa junto ao público, bem como, ao lado da diretoria de Projetos e Criação,

captar novos projetos e levantar patrocínio para possíveis projetos realizados pela agência.

O outro segmento constitutivo da Jornal Jr, o Corpo de Reportagem, é composto por 15 alunos que se revezam nas funções de repórteres e editores. Eles são os membros efetivos da agência que realizam cobertura de eventos, a produção e edição de textos. Neste ano, a Jornal Jr. passou a contar também com um diagramador.

4.2 – Estrutura dos projetos da Jornal Jr

A Jornal Jr produz basicamente quatro tipos de projetos: cobertura jornalística de eventos, produção de boletins e informativos, divulgação e organização de eventos e atividades complementares voltadas aos cursos de Comunicação Social. Cada projeto possui sua própria dinâmica e conta com a participação de todos da agência, apesar de a Diretoria de Projetos ser responsável direta pela produção.

A captação de projetos que chegam até a empresa é feita pelo diretor de Projetos e Logística. A partir do primeiro contato do cliente, ele estrutura uma proposta de projeto e o apresenta aos outros diretores. Após discussão e certificação da conformidade do projeto com os objetivos da agência e da viabilidade financeira e logística do mesmo, ele é apresentado ao cliente. Se necessário, o processo se repete até as que as partes nele envolvidas entrem em comum acordo. Uma vez aceito o projeto, cabe também ao diretor de Projetos e Logística o acompanhamento da aplicação e execução do que foi decidido. Se o projeto consistir, por exemplo, em uma cobertura, fica a seu cargo produzir o plano de cobertura, ou seja, distribuir as tarefas entre os diversos componentes responsáveis, determinar o número de repórteres e suas funções, as formas de divulgação, os veículos que serão utilizados, os equipamentos necessários, entre outros.

A busca de novos projetos e clientes fica a cargo do diretor de Projetos e Criação. É de sua responsabilidade elaborar propostas inovadoras e instigar a realização de projetos, dentro e fora da universidade, que atendam às propostas da empresa, às expectativas dos alunos e ao compromisso com a sociedade. Também é de sua competência pesquisar e pensar novas formas de capacitação e qualificação dos membros da empresa, novas estruturas e formas de organização e funcionamento interno, projetos gráficos e intervenções criativas.

Os processos de definição, aplicação e condução dos projetos elaborados pelo diretor de Projetos e Criação se dá de maneira análoga à descrita acima. A efetivação das mudanças propostas pelo diretor também se dão apenas após aprovação dos outros

membros da empresa, podendo algumas delas, inclusive, serem aplicadas de maneira experimental.

Cada projeto da agência, apesar de contar com a participação de toda a Diretoria Executiva, possui uma determinada comissão que se responsabiliza por administrá-lo de forma efetiva e contínua.

4.3 – Parcerias da agência

Para conseguir atuar de forma mais efetiva, a Jornal Jr faz parcerias com diversas entidades, sejam elas internas ou externas à UNESP. Inicialmente, procura-se firmar parcerias na universidade, como a que ocorre com os Departamentos de Comunicação Social (DCSO) e de Ciências Humanas (DCHU) no câmpus da UNESP em Bauru. Com este último, por exemplo, a agência está envolvida na organização e apoio da XV Jornada Multidisciplinar. Os membros da empresa envolvidos fazem desde o trabalho de divulgação (produzindo releases e montando pautas que serão repassadas para o corpo de repórteres) até a coordenação logística e criativa do evento.

Para este ano, a Jornal Jr. firmou parceria com o Programa de Educação Tutorial de Rádio e Televisão (PET-RTV), com a Locomotiva (Agência Júnior de Rádio e TV), com o grupo de estudos de economia criativa Neocriativa e com o CACOFF (Centro Acadêmico de Comunicação Florestan Fernandes) para a organização da Semana de Comunicação (SeCom 2013) – evento que pretende reunir todos os cursos de comunicação da UNESP de Bauru (Jornalismo, Relações Públicas e Rádio e TV), com mesas e atividades que discutam o profissional de hoje em dia.

A parceria com o Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) resultou no projeto de assessoria do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste (Intercom Sudeste), maior evento de comunicação do sudeste brasileiro que se realizará em Bauru. Outros três projetos completam as atividades da Jornal Jr no ano de 2013. O primeiro deles é uma parceria com a ONG Periferia Legal, de Bauru. A proposta vai permitir que a Jornal Jr. assessore as atividades da organização e produza boletins informativos sobre os trabalhos desenvolvidos pelos voluntários para a comunidade. O segundo é uma parceria com a Editora Terra do Tudo, sob um viés mais mercadológico. A função da agência será a de assessorar a editora, bem como produzir matérias para uma revista voltada ao público universitário. Por fim, um projeto ainda em desenvolvimento,

resulta da parceria com o Jornal da Cidade de Bauru: é a segunda edição do prêmio Novos Talentos do Jornalismo, já realizado em 2012, que contou com a participação de 47 alunos e premiou as quatro melhores reportagens com um *tablet*, além das matérias publicadas em um suplemento especial no Jornal. A ideia do prêmio é instigar os estudantes de jornalismo a criarem matérias sobre a cidade, tendo a chance de ter o seu texto publicado no *Jornal da Cidade*, um dos veículos de grande circulação da região.

Além disso, a Jornal Jr. também trabalha ao lado de outras empresas juniores do câmpus de Bauru, como a RP Jr (Agência Júnior de Relações Públicas), a Agência Propagação (Agência Experimental de Propaganda Social), a Junior.Com (Empresa Júnior de Engenharia da Computação) e a Assessoria de Comunicação e Imprensa da FAAC (ACI). O objetivo é poder integrar diferentes funções e atividades e criar uma sinergia entre os alunos, com foco na experiência profissional que essas relações entre empresas podem trazer aos seus participantes.

5 PROJETOS GESTÃO 2012 E 2013

5.1 – Coberturas Jornalísticas

XIV e XVI Jornada Multidisciplinar

A Jornada Multidisciplinar é um evento realizado, anualmente, pelo Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP - Bauru. Por dois anos consecutivos, a Jornal Jr trabalhou na organização, realizando o apoio do evento, além de fazer a assessoria e divulgação do evento através da produção, publicação e distribuição de releases, *teasers*, cartazes, banners. Os repórteres da agência fizeram a cobertura completa do evento, que conta com palestras, oficinas e apresentação de trabalhos, sessões de comunicação, exposição de painéis etc. As matérias produzidas pelos repórteres foram publicadas no site da Jornal Jr.⁵

“A cidade que é a nossa cara”

Promovido pelo Instituto Arte na Escola, em parceria com a prefeitura municipal de Bauru e a iniciativa privada, o curso promoveu a formação em três módulos para professores do ensino básico em Artes. O objetivo da capacitação foi levar formação em arte contemporânea para professores do ensino público para o desenvolvimento de cinco

⁵ <http://www.jornaljr.com.br/tag/xv-jornada-multidisciplinar/> acessado em 17/05/2013 às 10h20.

projetos de intervenção artística na cidade. O evento foi importante por colocar a Jornal Jr em contato com o Instituto Arte na Escola, com sede em São Paulo, e por ser diferente dos tipos de cobertura que estamos acostumados a fazer, já que envolvem a formação de professores de artes com a finalidade de intervenções artísticas em Bauru. Os textos produzidos pela agência foram publicados no site da Jornal Jr.⁶

Cobertura da Semana da Engenharia 2012

O evento ocorre anualmente e abrange toda a Faculdade de Engenharia da UNESP de Bauru (FEB), por meio de palestras, minicursos, apresentação de projetos e visitas técnicas a empresas. Nesse sentido, a cobertura feita pelos repórteres da Jornal Jr foi uma oportunidade de os repórteres treinarem escrever sobre assuntos aos quais não estão habituados e em um curto espaço de tempo, já que havia a necessidade de as matérias ficarem prontas no final de cada atividade para a divulgação imediata. As matérias foram postadas no site da agência⁷ e enviadas à organização da Semana da Engenharia para a divulgação entre os alunos da FEB.

5.2 – Projetos sociais

Trote Solidário 2012 e 2013

Ao começo de cada ano, a Jornal Jr realiza um trote solidário. Nos últimos dois anos, a agência fez a arrecadação de livros, revistas e gibis que foram doados para a Biblioteca do Centro Cultural de Bauru, em 2012, e para o Cursinho Ferradura (Curso Pré-Vestibular Gratuito da Faculdade de Ciências da UNESP Bauru), em 2013.

ONG Periferia Legal

No começo desse ano, a Jornal Jr firmou uma parceria com a ONG Periferia Legal de Bauru para que pudesse assessorá-la. A agência se responsabilizou pela reestruturação do site da ONG, juntamente com as redes sociais, além de já estar produzindo o primeiro informativo a ser distribuído aos moradores da comunidade Mary Dota de Bauru. A agência também almeja ministrar oficinas de produção de pautas, notícias reportagens aos moradores da comunidade para que, futuramente, eles possam participar da produção do material jornalístico.

⁶ <http://www.jornaljr.com.br/tag/a-cidade-que-e-nossa-cara/> acessado em 17/05/2013 às 10h21.

⁷ <http://www.jornaljr.com.br/tag/semana-de-engenharia-2012/> acessado em 17/05/2013 às 10h21.

5.3 – Produções e realizações

IV Enco-Rádio

Aproveitando o ano em que o rádio comemoraria 90 anos desde a primeira transmissão, a Jornal Jr promoveu um evento para abordar a temática radiofônica. O evento contou com a participação de profissionais de veículos radiofônicos e estudiosos da técnica que se apresentaram em palestras e oficinas.

Semana de Jornal 2012

Principal evento promovido pela Jornal Jr, a Semana de Jornal procura trazer profissionais consagrados da área de jornalismo para dar palestras e oficinas aos alunos. O evento contou com cinco palestras e quatro oficinas, distribuídos ao longo de três dias, nos períodos manhã, tarde e noite. Por trazer profissionais inseridos no mercado, a Semana de Jornal atinge todos os estudantes de jornalismo, professores e inclusive alunos de outros cursos. Proporciona um entendimento da dinâmica empresarial dos meios de comunicação e como se dá a inserção no mercado de trabalho. A agência organizou todo o evento e os repórteres fizeram a cobertura⁸.

I Prêmio Novos Talentos do Jornalismo – Jornal da Cidade e Jornal Jr

O prêmio jornalístico é o primeiro existente direcionado somente à cidade de Bauru. É inovador no sentido de que é a primeira parceria da agência com alguém veículo da cidade, no caso, o Jornal da Cidade. No Prêmio, os alunos de jornalismo das três universidades de Bauru (USC – Universidade do Sagrado Coração, UNIP – Universidade Paulista e UNESP), produziram reportagens que se inseriram em quatro categorias: Esporte e Lazer, Ciência e Saúde, Educação e Cultura e Política e Economia. As reportagens pautaram a cidade de Bauru. Cada ganhador recebeu um *tablet* e teve a sua reportagem publicada em um suplemento especial dentro do Jornal da Cidade⁹.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final de todos os processos e projetos a Jornal Jr busca contribuir para a formação conceitual, teórica, técnica e ética do estudante de jornalismo. É de fundamental

⁸ <http://www.jornaljr.com.br/tag/semana-de-jornal-2012/> acessado em 17/05/2013 às 10h26.

⁹ <http://www.jcdigital.com.br/flip/default.asp?DirPub=EspecialStandard/&EdicaoFlip=15591=21-12-2012> acessado em 17/05/2013 às 10h28.

importância que o aluno, integrante da Diretoria Executiva, compreenda a importância da gestão nos processos de organização do jornalismo e que, ao término de suas atividades na agência ele possa aplicar o conhecimento e a experiência adquiridos em outros projetos. Deve – se ressaltar também que através das coberturas jornalísticas realizadas e dos projetos sociais da agência, por exemplo, o aluno deva notar o seu real papel como mediador social na produção de informações jornalísticas. Papel este que deve ser feito pautado na ética jornalística, ou seja, na responsabilidade social do jornalista para com seu público. A complementação técnica do integrante da agência é outro ponto a ser levado em consideração, visto que, diariamente, repórteres e diretores atuam na produção de pautas, na captação de conteúdos e na produção e edição de textos. A diagramação é outra habilidade trabalhada dentro da agência. Dessa forma, a Jornal Jr cumpre sua principal e essencial função: complementar a formação do estudante de Jornalismo para que este esteja, cada vez mais capacitado para o ingresso no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FAUSTINO, P. GONÇALEZ R. **Gestão Estratégica e Modelos de Negócios: O caso da indústria de mídia.** Porto : Media XXI, Formalpress, 2011.

DOCTOR, K. **Newsonomics: twelve new trends that will shape the news you get.** New York: St. Martin Press, 2010.

YANAZE, M. H. **Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações.** São Paulo: Saraiva, 2007.

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

WARD, M. **Jornalismo online.** São Paulo: Editora Roca, 2007.

MAFEI, M. **Assessoria de imprensa: Como se relacionar com a mídia.** São Paulo: Contexto, 2007.

MOHERDAUI, L. **Guia de estilo Web: produção e edição de notícias on-line.** São Paulo: Senac, 2000.

MANUAL de Redação da Folha de S. Paulo. São Paulo: Folha de S. Paulo, 2001.