

Agência A4 – Aliando prática e teoria na formação acadêmica¹

Eduarda Pavanatto FONTOURA²

Viviane Scherer FETZER³

Hélio Afonso ETGES⁴

Universidade de Santa Cruz do Sul, RS

RESUMO

A 25ª edição da Feira do Livro de Santa Cruz do Sul/RS, ocorrida entre os dias 25 de agosto e 2 de setembro de 2012, contribuiu para a prática jornalística dos voluntários e monitores da A4-Agência Experimental de Comunicação da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc). A fim de realizar a cobertura do evento, o Núcleo de Jornalismo da Agência desenvolveu atividades, envolvendo teoria e prática. Foi criado um *site* especialmente para a Feira (www.hipermidia.unisc.br/25feiradolivro), em que os acadêmicos tornaram-se responsáveis pela sua atualização. Produzida uma edição especial do jornal-laboratório *Unicom* e do jornal-mural *DizAí*, e também fotos para a imprensa regional. Cerca de 30 monitores e voluntários, reunindo os quatro núcleos, colaboraram com a cobertura do evento. Dentre eles 15 estudantes eram do Núcleo de Jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: 25ª Feira do Livro; cobertura jornalística; A4-Agência Experimental de Comunicação; jornal-laboratório; Unisc.

1 INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico permite que a internet sirva a vários objetivos, da informação ao entretenimento, do lazer à venda de produtos. “Oferecendo notícias, entretenimento, serviços e negócios, a rede mundial de computadores ainda é um novo meio de comunicação que rivaliza com a televisão, o jornal e outros veículos na troca e difusão da informação.” (PINHO, 2003, p.49). Tudo isso se torna um desafio para o jornalismo que busca informação

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na categoria Jornalismo, modalidade Agência Jr. de Jornalismo

² Estudante do 5º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade de Santa Cruz do Sul. E-mail: epavanatto@mx2.unisc.br

³ Aluno líder do grupo e estudante do 5º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade de Santa Cruz do Sul. E-mail: vivianefetzer@mx2.unisc.br

⁴ Orientador do trabalho. Subcoordenador do curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul. E-mail: helioetges@yahoo.com.br

de qualidade e com credibilidade, mas ao mesmo tempo adapta-se a características do meio digital como tempo real, multimídia, interatividade e hipertextualidade.

A universidade tem um papel importante na formação do futuro profissional de jornalismo, capacitando-o na produção do conteúdo bem como na gestão das diferentes atividades que se desenvolvem num veículo jornalístico online. Ao nível da formação, o grande desafio é dotar os jornalistas de conhecimentos teóricos e práticos diretamente ligados aquelas que são as características fundamentais do jornalismo na web. Pensando nisso, o curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc) criou, em 1996, a A4-Agência Experimental de Comunicação, com o objetivo de proporcionar aos acadêmicos a vivência necessária para ingressar no mercado de trabalho.

Dividida em quatro núcleos: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Produção em Mídia Audiovisual e Relações Públicas, a Agência A4 tem como responsável-geral o coordenador do Curso e quatro professores como coordenadores dos núcleos. Com o objetivo de apresentar as atividades que os futuros profissionais irão encontrar fora da universidade, o Núcleo de Jornalismo passou a ser o responsável pelas coberturas, não apenas dentro da Unisc, mas, também, dos eventos relevantes para a cidade. Seguindo essa proposta pode-se citar a cobertura da 25ª Feira do Livro de Santa Cruz do Sul.

De acordo com os dados do Serviço Social do Comércio (Sesc), um dos realizadores do evento, a 25ª Feira do Livro contou com um público de 32.650, com um total de 29.500 livros vendidos. O patrono foi Antonio Skármeta, escritor chileno de obras como *O Carteiro e o Poeta* e *O dia em que a poesia derrotou um ditador*. Já a homenageada foi Valesca de Assis, autora de *A Valsa da Medusa*.

2 OBJETIVOS

Diante da necessidade de reforçar os conhecimentos teóricos e práticos dos alunos de jornalismo, o curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc) possui a agência experimental. Neste ambiente, os acadêmicos são testados, diariamente, no meio jornalístico, criando pautas, realizando entrevistas, reportagens, diagramação, fotos e vídeos. Os laboratórios de jornalismo, em geral, tornaram-se fundamentais para o crescimento profissional de cada estudante.

A A4-Agência Experimental de Comunicação também tem como objetivo estimular o senso crítico dos estudantes sobre os diversos fatores que envolvem o mundo da comunicação. Conforme Melo (1985, p. 129), “formar jornalistas, sem que lhes desperte o interesse pela análise crítica dos padrões vigentes na sociedade e sem que lhes ofereça oportunidade de testar tais modelos em laboratórios e de criar alternativas inovadoras, é motivo de frustração generalizada na área desde a década de 50”.

3 JUSTIFICATIVA

A participação do aluno em uma cobertura jornalística tem o propósito de colocá-lo frente ao cotidiano do jornalista, fazendo com que os conhecimentos aprendidos dentro da sala de aula, sejam postos em prática. O exercício de cobertura da Feira do Livro pode-se justificar pela necessidade de mostrar ao acadêmico, voluntário ou monitor, do Núcleo de Jornalismo, a realidade do processo jornalístico no mercado de trabalho, tendo o auxílio da teoria, aprendida em sala de aula. Joseph Pulitzer (2009, p. 16), em *A Escola de Jornalismo: a opinião pública* questiona algumas das afirmações recorrentes ao ensino do jornalismo. Para ele, o jornalista não aprende tudo na prática, deve aprender a conciliar a prática e a teoria. “Ninguém numa redação tem o tempo ou vocação para ensinar a um repórter cru as coisas que deveria saber antes de realizar o mais simples trabalho jornalístico”.

A produção de material jornalístico para os diferentes meios pela cobertura da 25ª Feira do Livro de Santa Cruz do Sul/RS, fez com que os acadêmicos pudessem se familiarizar com o mercado de trabalho. Com isso, os monitores e voluntários do Núcleo de Jornalismo tiveram a responsabilidade de discutir pautas, produzir fotos e reportagens para a edição especial do jornal laboratório *Unicom*, e o jornal-mural *DizAí*. Além disso, ficaram responsáveis pelas fotos, diagramação dos jornais e, também, a elaboração de vídeos e áudios para a Rádio A4. É importante ressaltar que todo o material realizado pela Agência A4, foi monitorado e, em alguns casos, reutilizado pelos veículos de comunicação da região.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O Núcleo de Jornalismo, da A4-Agência Experimental de Comunicação, procura proporcionar ao acadêmico, monitor ou voluntário, a experiência em todas as mídias

possíveis. Para a cobertura da 25ª Feira do Livro de Santa Cruz do Sul/RS, os estudantes tiveram que trabalhar com o jornal impresso, através do *Unicom*, jornal-laboratório do Curso e o *DizAí* jornal-mural, foi necessária, também, a cobertura digital. Para isso foi idealizado um *site* (<http://hipermidia.unisc.br/25feiradolivro/>) destinado, especialmente, para a postagem das matérias produzidas durante o evento. Além disso, foi aberta uma programação especial na Rádio A4, a fim de que os estudantes que estivessem na Feira do Livro, pudessem transmitir boletins, ao vivo, sobre o que estivesse acontecendo.

Antes de cada cobertura era realizada uma reunião com o objetivo de programar e, assim, organizar o que seria feito durante o evento. Participava desta reunião o coordenador do Núcleo de Jornalismo da agência, professor Hélio Etges, bem como todos os seus monitores e voluntários que trabalharam na cobertura. Na discussão foram definidas as funções de cada acadêmico, as pautas para o jornal-laboratório *Unicom* e assim como suas possíveis fontes. Essa forma foi usada para que os estagiários pudessem esclarecer suas dúvidas. Ajudou também em sua orientação, o que facilitou as abordagens e impediu que estes ficassem confusos sobre suas funções. Neste processo, cada acadêmico sugeriu um assunto que foi discutido pelo grupo, com a presença do coordenador, quando foram definidos o ângulo das matérias, sugeridos entrevistados e possíveis perguntas.

No caso do *Unicom*, foi necessária uma nova reunião, já que este deveria ser distribuído durante a Feira do Livro. Esta edição do jornal-laboratório exigiu atenção particular dos monitores e voluntários que, junto com o coordenador, começaram a pensar o jornal desde o final do mês de abril de 2012, sendo que a Feira teve seu início em 25 de agosto do mesmo ano. De acordo com Lopes (1989), o jornal-laboratório é um

instrumento fundamental de um curso de jornalismo porque dá condições ao estudante de realizar treinamento na própria escola (...) Integra os alunos na problemática da futura profissão, tornando possível que obtenham uma visão global do processo jornalístico, não apenas no aspecto conceitual, mas também na prática do dia-a-dia das redações. (LOPES, 1989, p. 49).

Tanto no meio impresso quanto online, os acadêmicos precisavam pensar, também, em fotografias para a ilustração das matérias. Com a intenção de contextualizar e auxiliar o texto, a imagem facilita a leitura e torna a página mais *leve*. Além disso, uma boa fotografia pode

chamar a atenção do leitor para a matéria. O texto complementa a imagem e esta, por sua vez, facilita o entendimento de quem está lendo o texto.

Por exemplo, a imagem não consegue mostrar conceitos abstratos, como o de ‘inflação’. Pode-se sugerir o conceito, fotografando, por exemplo, etiquetas de preços. Mas, em todo o caso, o conceito que essa imagem procuraria transmitir só seria claramente entendido através de um texto complementar. As fotografias de uma guerra, se o texto não ancora o seu significado, podem ser símbolos de qualquer guerra e não representações de um momento particular de uma guerra particular. (SOUSA, 2004, p. 12).

Todo material produzido, antes de ser veiculado em determinada plataforma, passou pela revisão do coordenador do Núcleo, exceto os boletins transmitidos para a Rádio A4, porque foram ao vivo. No caso do *Unicom*, depois da revisão dos textos, foi feita a análise da diagramação. Em seguida, houve a impressão da edição para posterior distribuição ao público na 25ª Feira do Livro. Durante todo o processo, os alunos tiveram a liberdade de escolha dos caminhos na construção das matérias, dentre eles, se fariam o trabalho individual ou em duplas. O mesmo aconteceu com a diagramação.

4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para a cobertura da 25ª Feira do Livro, o núcleo de jornalismo da Agência A4 produziu matérias para a mídia impressa, através do jornal-laboratório *Unicom* e o *DizAí* como jornal-mural. Para o meio online foi desenvolvido o site (<http://hipermidia.unisc.br/25feiradolivro>), onde foi postada toda a produção tanto em texto e fotos quanto em áudio e vídeo. Era através do site que o leitor tinha acesso ao conteúdo, além de informações como a programação do evento e textos com o patrono, Antonio Skármeta, e a homenageada, Valesca de Assis.

A edição especial do *Unicom* teve a participação de 13 acadêmicos, divididos entre repórteres, diagramador, infografia, subeditor e editor-chefe, que ficou a cargo do coordenador do Núcleo, Hélio Etges. Foram produzidas oito matérias. Na segunda página o espaço foi dividido em editorial e uma entrevista pingue-pongue com a homenageada Valesca de Assis. A terceira foi ocupada com uma matéria sobre os livros que inspiraram a produção de filmes. Nas duas páginas seguintes foi realizada a trajetória da Feira do Livro desde a sua primeira edição, em 1988. O texto sobre o patrono também ocupou o espaço de duas páginas. Além de uma entrevista pingue-pongue, publicada tanto em português quanto em espanhol,

idioma de Skármeta, fez parte da reportagem, uma resenha sobre o livro *O Carteiro e o Poeta*. Os livros como o melhor amigo e o *slogan* do evento - *Ler aproxima* - também serviram de pautas para o *Unicom*. O último texto da edição especial do jornal trouxe matéria sobre os acadêmicos da Unisc que já escreveram livros e os pouco conhecidos minicontos.

Os monitores e voluntários tiveram cerca de sete dias para entregar os textos que passariam pela primeira revisão e, logo após, a diagramação por conta de uma estudante do Curso. Por sua vez, o jornal-mural trouxe um misto sobre a história do patrono da Feira e o gosto pela leitura dos jovens. Com a tiragem de 1.000 exemplares, o *Unicom* foi distribuído, pelos próprios acadêmicos, na abertura da 25ª Feira do Livro e ao longo do evento.

Já para o meio online a participação foi de todos os monitores e voluntários. Na época, com 18 estudantes, o site foi abastecido com o total de 122 textos com assuntos variados sobre o que ocorreu durante os nove dias do evento. Além de ter sido fonte para os jornais da região, principalmente o jornal Gazeta do Sul, de Santa Cruz do Sul, com o qual o curso de Comunicação Social da Unisc firmou parceria quanto à utilização dos textos e fotos. No total, foram cinco matérias reaproveitadas pelos meios de comunicação. O site proporcionou, também, maior interação entre o público e a redação porque textos e fotos podiam ser compartilhados nas redes sociais pelos próprios internautas, que, além disso, puderam fazer seus comentários a respeito do assunto abordado nas matérias.

A organização quanto aos turnos e horários de trabalho foi feita em uma reunião inicial. Nos dias definidos, cada acadêmico ficava responsável pela produção das pautas pré-preparadas e das factuais. Durante o evento foi disponibilizado um espaço na Praça Getúlio Vargas, onde acontecia a 25ª Feira do Livro, para servir de referência para o trabalho jornalístico da Agência A4. Em qualquer um dos turnos, pelo menos três dos acadêmicos deveriam estar presentes para a cobertura. O estande na Praça Getúlio Vargas facilitou o trabalho e o deslocamento de um lugar para o outro, já que muitos dos eventos secundários da Feira não ocorriam diretamente na Praça, mas em locais próximos.

6 CONSIDERAÇÕES

Durante os 17 anos, a A4 – Agência Experimental de Comunicação da Unisc vem oferecendo aos acadêmicos uma simulação do mercado de trabalho, tornando-se assim, fundamental para

a sua formação. Pois, é na agência que estes podem experimentar as diferentes plataformas da comunicação, onde são orientados, desde o início, pelo coordenador do Núcleo. Desta forma, os estudantes, ao terminar a faculdade, já possuem a experiência para se adaptar e disputar uma vaga de jornalista no mercado de trabalho.

Com os nove dias da 25ª Feira do Livro os acadêmicos, de diferentes semestres, inseridos no Núcleo de Jornalismo puderam aprender a conciliar os conhecimentos teóricos com a prática do trabalho jornalístico. Pois, embora a teoria seja importante, é a prática que passa a ser cobrada após a conclusão do curso. Como diz Pulitzer, “ninguém numa redação tem o tempo ou vocação para ensinar a um repórter cru as coisas que deveria saber antes de realizar o mais simples trabalho jornalístico” (2009, p. 16). É neste contexto que a agência experimental torna-se necessária.

Cabe à universidade viabilizar e orientar projetos de ensino que estimulem o aprendizado e a reflexão sobre o meio, bem como a produção prática. A A4-Agência Experimental de Comunicação tem como objetivo, também, a formação de profissionais críticos, comprometidos e cientes de seu papel perante a sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LOPES, Dirceu Fernandes. *Jornal laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor*. São Paulo: Summus, 1989.

MELO, José Marques de. *Comunicação: teoria e política*. São Paulo: Summus, c1985.

PINHO, José Benedito. *Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line*. 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.

PULITZER, Joseph. *A escola de jornalismo na universidade de Columbia: o poder da opinião pública*. Florianópolis: Insular, 2009.

SOUSA, Jorge Pedro. *Fotojornalismo: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.