



AGÊNCIA JÚNIOR DE JORNALISMO DA UNESP – JORNAL JÚNIOR¹

Marcela D'Andréa BUSCH²
Raphael de Freitas ARAÚJO³
Gabriel Henrique de Oliveira LOPES⁴
Pedro Borges Franco Zimmerman do NASCIMENTO⁵
Rudá Andrade dos REIS⁶
Luciana Fraga de Carvalho GOMES⁷
Caroline LIMA⁸
Ludmylla Lopes ROCHA⁹
Juarez Tadeu de Paula XAVIER¹⁰
Suely MACIEL¹¹

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), Bauru, SP

RESUMO

Fundada em 2006, a Agência Júnior de Jornalismo da Unesp é uma organização sem fins lucrativos gerida pelos estudantes do curso de Jornalismo da Unesp Bauru. Além de estreitar o caminho entre a Universidade e o mercado profissional, divulgando o trabalho dos alunos e promovendo oportunidades de estágio, a Jornal Júnior tem como objetivo central contribuir para a formação dos estudantes do curso. A agência proporciona aos alunos a oportunidade de aplicarem na prática o conhecimento teórico obtido em sala de aula, além de gerenciar oficinas profissionalizantes e palestras, visando não só a formação técnica, mas também intelectual dos graduandos. A Jornal Júnior também busca dar retorno à sociedade do investimento realizado, direta e indiretamente, na agência, incentivando e promovendo atividades de cunho social.

PALAVRAS-CHAVE: Agência Júnior; Jornalismo; Jornal Júnior; Unesp.

1 INTRODUÇÃO

O curso de Comunicação Social: Jornalismo da Unesp Bauru passou por uma profunda reforma curricular no ano de 2004, visando à atualização das disciplinas e um maior contato dos estudantes com atividades práticas. Mesmo com esse novo enfoque, os alunos sentiram a necessidade de projetos que possibilitassem a aplicação das

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2012, na Categoria II (Jornalismo), modalidade “a” (Agência Jr. de Jornalismo), como representante da região Sudeste.

² Aluna líder do grupo e estudante de graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo da Unesp - Bauru; ³ Aluno do grupo e estudante de graduação do 3º semestre do curso; ⁴ Aluno do grupo e estudante de graduação do 3º semestre do curso; ⁵ Aluno do grupo e estudante de graduação do 3º semestre do curso; ⁶ Aluno do grupo e estudante de graduação do 3º semestre do curso; ⁷ Aluno do grupo e estudante de graduação do 7º semestre do curso; ⁸ Aluno do grupo e estudante de graduação do 3º semestre do curso; ⁹ Aluno do grupo e estudante de graduação do 5º semestre do curso; ¹⁰ Professor tutor da Jornal Jr; ¹¹ Professora tutor da Jornal Jr.



habilidades conceituais adquiridas durante o curso. Foi objetivando suprir essa demanda que a Jornal Júnior foi fundada em 2006.

Inicialmente formulada como empresa júnior e posteriormente adaptada para agência júnior, a Jornal Júnior passou dois anos estruturando-se e adequando-se às necessidades dos estudantes, adquirindo materiais e experiência profissional por meio de pequenos projetos. Alguns problemas estruturais, no entanto, atravancaram seu crescimento.

O ano de 2009 representa um marco para a Jornal Júnior. Uma completa reformulação interna possibilitou à agência uma expansão jamais sonhada. Diversas coberturas jornalísticas, atividades profissionais e produtos foram promovidos, todos eles devidamente expostos ao longo deste trabalho, resultando na obtenção de grande credibilidade para a agência, tanto dentro quanto fora do câmpus da Unesp Bauru.

Dessa maneira, coube aos diretores de 2011 consolidar a Agência e buscar avançar ainda mais. O resultado foi a realização de importantes coberturas e a realização da II “Semana de Jornal”, único evento da faculdade dedicado unicamente aos estudantes de Jornalismo. Além disso, houve um processo de implantação da empresa; na primeira fase, interna, no âmbito da universidade e de seus alunos. A segunda fase acontece focada na sociedade bauruense, de forma processual e que aja em parceria a movimentos sociais e à comunidade de Bauru.

2 OBJETIVO

Desde a sua criação, a Jornal Júnior tem como principal objetivo complementar a formação dos estudantes de graduação em jornalismo da UNESP. Os projetos da agência permitem aos futuros profissionais aplicarem o conhecimento acadêmico adquirido. Com isso, realiza-se o intercâmbio empresa júnior-universidade, facilitando a inserção dos discentes no mercado de trabalho.

A Empresa Júnior dá oportunidade aos jovens universitários de colocar em prática os mais modernos ensinamentos divulgados em suas universidades. Este complemento de formação é fundamental para desenvolver a prática dos conceitos ensinados. (MATOS, 1997, p.14)

Com esse fim, a agência promove atividades, coberturas jornalísticas, palestras e oficinas profissionalizantes, pautando-se sempre por posturas éticas, comprometidas



com a responsabilidade social da profissão, que, não raro, são minadas pela dinâmica e prazos do mercado.

3 JUSTIFICATIVA

A grade curricular do curso de Jornalismo da Unesp, assim como da grande maioria das universidades do país, não supre totalmente as necessidades de aplicação prática das teorias expostas em sala de aula. É necessária uma reforma curricular abrangente, cujas diretrizes vem sendo estudadas pelo Ministério da Educação. Além disso, o mercado de trabalho da cidade de Bauru e região é extremamente concorrido, sendo que as oportunidades de estágios são ínfimas se comparadas ao universo de estudantes interessados. Foi objetivando mitigar esses problemas que se fundou a Jornal Júnior, que procura sanar a carência de atividades práticas no curso e preparar os alunos para o mercado profissional, introduzindo-os à dinâmica e à rotina da prática da profissão. Um exemplo disso foi a organização de oficinas as quais abordaram temas que carecem de aprofundamento no curso, como planejamento gráfico, fotojornalismo, jornalismo televisivo e assessoria de imprensa.

Além de tentar solucionar de forma pontual os problemas citados, a agência busca também fortalecer de forma estratégica não só o curso de Jornalismo da Unesp, mas também a profissão. É com esse intuito que a Jornal Júnior promove palestras e debates críticos, buscando fomentar entre os estudantes discussões que resultem em uma melhora efetiva na aprendizagem do jornalismo, como durante a “Semana de Jornal 2011”, em que foram discutidos os desafios da profissão de jornalista e contou com palestrantes que definiram muito bem o jornalismo no âmbito do mercado de trabalho.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

4.1. Estrutura da agência

A Jornal Júnior é constituída pelos membros diretores, que cuidam da agência propriamente dita, e pelos membros efetivos, que realizam as atividades práticas.

A diretoria é composta por oito membros: Presidente, dois Diretores de Projetos, Diretor de Marketing, Diretor de Comunicação, Diretor de Recursos Humanos, Diretor



de Finanças e Diretor de Qualidade, preenchidos por um titular (ou dois) e seu respectivo trainee, todos estudantes regularmente matriculados no curso de Jornalismo da Unesp.

Os membros efetivos são estudantes de graduação que se interessaram em trabalhar na agência. Esses estudantes são selecionados no começo do semestre e constituem a equipe fixa de reportagem, somando ao todo 19 membros. Em 2011, cerca de 80 alunos realizaram atividades de cunho jornalístico para a *Jornal Júnior*. Todos eles receberam certificados expedidos pela agência e pela diretoria da FAAC/Unesp.

4.2 Estrutura dos projetos

A *Jornal Júnior* promove basicamente quatro tipos de atividades práticas: cobertura jornalística de eventos, produção editorial, realização de eventos complementares ao curso e organização da “Semana de Jornal”. Cada uma delas possui dinâmica própria. Elas serão detalhadas a seguir na descrição de nossos produtos, mas todas têm em comum a semelhança com o mercado de trabalho.

Desse modo, o fluxo de informações e a estrutura da redação seguem o princípio básico de qualquer meio de comunicação: os editores pautam os repórteres, que devem cumprir a pauta no deadline estipulado. As matérias devem seguir os princípios fundamentais do jornalismo: clareza, objetividade, isenção e pluralidade.

A captação e a criação dos projetos são realizadas pelo Diretor de Projetos. É ele quem promove e busca produções ou coberturas jornalísticas para a agência. Cabe a ele estruturar a logística do projeto ou cobertura (número de repórteres, formas de divulgação, veículos utilizados, equipamentos necessários, entre outros). Caso o trabalho envolva um cliente, ficará a cargo do Diretor Financeiro estipular uma contrapartida para o projeto. Ressalta-se que a *Jornal Júnior* é uma agência sem fins lucrativos, e os valores estipulados eventualmente como pagamento são exclusivamente direcionados para gastos estruturais ou aquisição de bens para a agência, que vão desde livros para os estudantes a equipamentos eletrônicos, como gravadores e computadores. Definidas as orientações do projeto, caberá ao Diretor de Recursos Humanos selecionar os repórteres que nele trabalharão. Sendo assim, o RH promove um rodízio entre os integrantes da equipe fixa visando dinamizar as coberturas realizadas.

4.3 Meios de cobertura jornalística



A Jornal Júnior concebe a cobertura jornalística de acordo com as necessidades do projeto. A agência está apta a realizar uma eficiente cobertura multimídia.

Nosso modelo de cobertura padrão é exemplificado pela cobertura realizada no Semana de Jornal 2011, em que a equipe produziu boletins informativos diários (versão PDF e no site da empresa) sobre os principais acontecimentos, além de podcasts, transmissão das palestras via *live blogging* e a produção de vídeos diários. Nos próximos tópicos explicaremos a dinâmica de cobertura da Jornal Júnior.

4.4 Parcerias

A Jornal Júnior valoriza e promove parcerias com várias entidades, sejam elas internas ou externas à Unesp. Uma das sociedades mais proveitosas firmadas foi com a Sociedade de Zoológicos e Aquários do Brasil, baseada em boletins mensais distribuídos no âmbito nacional. A produção de pautas fica por conta de um representante da Sociedade, enquanto a produção de matérias e de material gráfico é feito pela Jornal Júnior. Um ponto importante desta parceria é a experiência de mercado que os integrantes da Jornal Júnior adquirem.

Outra parceria da Agência é realizada com o Departamento de Ciências Humanas da Unesp, campus Bauru. Aqui, a troca ocorre de forma que a Jornal Júnior se encarrega da cobertura de eventos, como a XIII Jornada Multidisciplinar, que se baseia no acompanhamento do evento e divulgação dos produtos desenvolvidos pelos repórteres através do site da Agência e do boletim Plural.

5 DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS PRODUZIDOS EM 2010

5.1 Produções editoriais

Olhar

Para suprir a carência do curso de Jornalismo da Unesp em ter informativos referentes ao curso e à profissão, a Jornal Júnior realiza o boletim mensal *Olhar* (link para visualização online: http://issuu.com/jornaljr/docs/olhar_junho). Com pautas atuais referentes à profissão, entrevistas e informações de projetos da Unesp, o *Olhar* mostrou-se acima de tudo um eficiente elo entre a agência júnior e os alunos. A equipe é formada



por um editor, um diagramador e três repórteres. As pautas são levantadas pelos próprios estudantes do curso. Foram, ao longo do ano de 2011, três edições regulares, com tiragem de 250 exemplares cada. Além disso, versões em PDF foram enviadas a todos os estudantes de Jornalismo da Unesp e de outras faculdades da região.

5.2 Coberturas jornalísticas

III Congresso de Jornalismo Cultural

O Congresso Internacional de Jornalismo Cultural é um evento que reúne acadêmicos, jornalistas, escritores e artistas para um debate sobre a realidade cultural e seus possíveis caminhos, e tem por objetivo suscitar reflexões em torno da produção contemporânea e do exercício do jornalismo cultural em várias mídias. Em quatro dias de programação, convidados estrangeiros e brasileiros abordaram temas ligados às relações das linguagens artísticas como o jornalismo, além de questões como responsabilidade da imprensa, o papel da televisão no âmbito da cultura, a formação para a carreira jornalística, a relevância das mídias digitais, entre outros. No ano de 2011, foi realizado nos dias 17, 18, 19 e 20 de maio, sendo considerada de alta relevância para a Agência. A *Jornal Júnior* é um dos poucos veículos a cobrir o evento, portanto a visibilidade da Agência cresce não só dentro da universidade e de Bauru, mas também em São Paulo, como é o caso. Foram disponibilizados dois repórteres e cerca de 300 pessoas foram atendidas com a cobertura, por meio do site da empresa.

5.3 Semana de Jornal 2011

A Semana de Jornal 2011 foi um projeto desenvolvido pela *Jornal Júnior*, em parceria com a FAAC e seus departamentos de ciências humanas e comunicação social. O evento trouxe à Unesp diversos nomes do jornalismo atual, como Rafael Chinaglia, Anderson e Emerson Couto, Pablo Miazwa, entre outros. Durante o período, foram realizadas palestras, mesas redondas e oficinas, todas voltadas para alunos de jornalismo da Unesp e de outras faculdades. A equipe de repórteres de nossa agência realizou a cobertura da Semana por meio do Twitter (@semanadejornal) e do site (www.jornaljunior.com.br), contribuindo com entrevistas, podcasts, vídeos e a



realização de *live bloggings* durante as atividades. Tudo isso contribuiu para um aumento da visibilidade e da credibilidade da Jornal Júnior junto aos alunos e à FAAC/Unesp, e possibilitou um maior contato entre membros e não-membros da agência.

Esse é o maior projeto da nossa empresa por ser de nossa responsabilidade tanto a cobertura quanto à organização, algo que exige muito mais do que nosso trabalho como jornalistas, mas também como empreendedores.

A Semana de Jornal 2011 atraiu, aproximadamente, 250 – em um universo total de 400 – estudantes de jornalismo, que participaram de oficinas de telejornalismo, assessoria de comunicação, photoshop e rotina jornalística.

Segundo pesquisa de opinião realizada após cada oficina oferecida, as atividades ficaram todas avaliadas como boas ou ótimas, bem como a organização da Semana. A resposta do público às mesas-redondas e palestras também foi positiva, e houve grande participação dos estudantes durante tais atividades e um saudável debate entre todos, além da integração entre graduandos de diferentes anos.

De modo a incentivar a integração entre ex-estudantes da Unesp e estudantes atuais, alguns dosicineiros convidados eram alunos de jornalismo da Unesp Bauru há alguns anos, tendo se estabelecido com sucesso no mercado de trabalho atual. Isso incentivou os alunos a fazerem mais perguntas e a conhecerem mais sobre os diversos lados da profissão e o seu futuro ao sair da Unesp.

A programação e a cobertura completa da Semana de Jornal 2011 pode ser encontrada no site www.jornaljunior.com.br.

5.4 Cobertura 20 anos da Rádio Unesp FM

A Rádio Unesp FM é uma rádio localizada dentro do campus da Unesp, coordenada por profissionais da área de comunicação e no dia 13 de maio de 1991, a Rádio Unesp FM inaugurava suas transmissões em para Bauru e região. Em 2011, a Rádio comemora 20 anos realizando o Festival Cultural 20 Anos Rádio Unesp FM. O Festival 20 Anos da Rádio Unesp, que aconteceu nos dias 24, 25 e 26 de maio, serviu mais uma vez para melhorar o relacionamento com as outras empresas juniores que participaram também na realização do evento e permitiu que os repórteres tivessem a oportunidade de entrevistar bandas conhecidas de Bauru e região. Nove repórteres cobriram o evento e o produto final pôde ser encontrado no site



da Agência. A realização do evento dentro do campus permitiu que muitos alunos conhecessem a *Jornal Júnior* e acessassem o site, o que traz visibilidade para a Agência.

5.5 Cobertura Enejub

O ENEJUB é o Encontro das Empresas Juniores de Bauru. Ele acontece anualmente, e a cada semestre um empresa Júnior do Campus da Unesp Bauru é incumbido de fazer a sua organização, sendo a do primeiro semestre de 2011 tarefa da nossa EJ.

O intuito do ENEJUB é o mesmo que do ENEJUNESP (Encontro das empresas juniores da Unesp), mas em uma escala menor, já que esse só recebe as empresas da cidade de Bauru.

A realização do ENEJUB ajudou a *Jornal Júnior* a se aproximar das outras empresas juniores do campus e a solucionar alguns problemas mediante discussão. Essa edição do ENEJUB também ajudou na organização e estruturação do Núcleo das Empresas Juniores de Bauru (NEJUB). O evento foi realizado no dia 9 de maio e contou com a participação de 22 membros da Agência.

5.6 Cobertura 2º Simpósio Internacional de Televisão Digital (SIM TVD)

O 2º Simpósio Internacional de Televisão Digital é realizado pelo Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital: Informação e Conhecimento (PPGTVD) e organizado por professores e alunos do Programa, com o apoio da Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Grupo PET Comunicação, as Agências Juniores de Rádio e Televisão, de Jornalismo e de Relações Públicas e o Laboratório em Pesquisa em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã (Lecotec). Realizado nos dias 7, 8, 9, 10 e 11 de novembro, o evento tem caráter internacional e preencheu uma lacuna importante ao trazer para a comunidade acadêmica, profissionais e demais interessados o atual estágio de desenvolvimento e de produção nos múltiplos processos tecnológicos digitais na América Latina, propiciando espaços de intercâmbios, promovendo diálogo entre pesquisadores, setores produtivos, governo e a sociedade civil organizada. Isso permitiu maior contextualização e conhecimentos sobre as novas demandas tecnológicas e sociais da Televisão Digital e deu incremento cognitivo às pesquisas sobre tecnologias digitais realizadas na universidade. Como o Simpósio mobilizou vários grupos da universidade, empresas juniores e projetos, a EJ aumentou o grau de relacionamento com todas elas equipe de repórteres teve que estar disponível em



todos os períodos do dia. O simpósio é considerado internacional por causa da presença de palestrante e conferencistas estrangeiros, o que ampliou o público alvo do site.

6 CONSIDERAÇÕES

O ano de 2009 pode ser considerado o início, de fato, das atividades da Jornal Júnior. Após o início da consolidação da empresa, em 2012, a gestão 2011 mostrou uma amplitude de liderança perante aos alunos e departamentos da Unesp Bauru. Por essa razão, a responsabilidade para os diretores de 2011 foi ainda maior.

Diante da expectativa dos alunos e professores, a Agência cumpriu seu papel de fornecer informação de qualidade, complementando a formação dos futuros jornalistas. Todo esse esforço foi coroado com o sucesso da “Semana de Jornal 2011”. Cerca de 250 pessoas participaram das palestras e oficinas e o evento foi incluído no calendário oficial da faculdade.

Com isso, a Jornal Júnior consolidou-se uma instituição respeitada e sempre disposta a atender aos alunos. Uma prova que, mesmo em face de adversidades – e não foram poucas as que enfrentamos – o esforço dos estudantes é mais do que necessário para superar os obstáculos e ajudar na construção de um curso melhor e de um espaço de reflexão de profissionalização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELTRÃO, L. *A imprensa informativa*. São Paulo: Folco Masucci, 1969.

BRASIL, Antônio Cláudio. *Antimanual de jornalismo e comunicação: ensaios críticos sobre jornalismo, televisão e novas tecnologias*. São Paulo: Editora Senac, 2007.

FERRARI, M. H.; SODRÉ, M. *Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*. São Paulo: Summus, 1986.

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.



PALÁCIOS, M.; RIBAS, B. *Manual de laboratório de jornalismo na Internet*. Salvador: EduFBA, 2007.

ROSSI, Clóvis. *O que é jornalismo*. 3 ed. São Paulo: Brasiliense, 1981.

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