

## Agência Júnior “Focas do Araguaia” (FocAia): surfando nas ondas do mercado de Comunicação <sup>1</sup>

Michelly Matos do NASCIMENTO <sup>2</sup>

Lucas Antonio Luz IGLESIAS <sup>3</sup>

Mônica Ferreira PORTO <sup>4</sup>

Sckarleth Alves MARTINS <sup>5</sup>

Tabata Furtado OLIVI <sup>6</sup>

Alfredo José Lopes COSTA <sup>7</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso – Campus Universitário do Araguaia, Barra do Garças (MT)

### RESUMO

A proposta deste trabalho é relatar a experiência, durante o ano letivo de 2011, 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 a sua futura profissão, incentivando o diálogo entre a sociedade e a academia, além de poder contribuir para o desenvolvimento do mercado regional de Comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo universitário; ensino de Jornalismo; agência júnior de jornalismo; projeto de extensão.

### 1 INTRODUÇÃO

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 em 2009, dentro do Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni) <sup>8</sup>, 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).

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade Agência Jr. de Jornalismo (conjunto/série).

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: [michellymat@gmail.com](mailto:michellymat@gmail.com).

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: [megafutebol@hotmail.com](mailto:megafutebol@hotmail.com).

<sup>4</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: [aventurb@gmail.com](mailto:aventurb@gmail.com).

<sup>5</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: [sckarlethmartins@gmail.com](mailto:sckarlethmartins@gmail.com).

<sup>6</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: [tabataufmt@gmail.com](mailto:tabataufmt@gmail.com).

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: [alfredo.costa@gmail.com](mailto:alfredo.costa@gmail.com).

<sup>8</sup> O Programa tem como principal objetivo ampliar o acesso e a permanência na educação superior. Com o Reuni, o governo federal adotou uma série de medidas para retomar o crescimento do ensino superior público, criando condições para que as universidades federais promovam a expansão física, acadêmica e pedagógica da rede federal de educação superior. Fonte: portal do Mec ,

<[http://reuni.mec.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=25&Itemid=28](http://reuni.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=25&Itemid=28)>, acessado em 17.4.2012.

O curso vem sendo ministrado no novo campus em construção, com o ônus do pioneirismo, em relação a recursos humanos e materiais. Até o momento, apenas três professores com formação em Jornalismo e um em Rádio e TV estão vinculados ao curso de Jornalismo (de acordo com o projeto, estava prevista a posse de sete professores efetivos até o final do ano passado, o que não foi possível por conta da suspensão de concursos públicos pelo Governo). 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.

Para permitir o aprendizado pela prática por meio da interação com a comunidade, a Agência Júnior, após sua criação informal em 2009, foi constituída como projeto de extensão. Inicialmente, o projeto foi aprovado sem bolsistas de extensão; a câmara de extensão do campus concedeu apenas uma bolsa permanência (destinada a alunos carentes) mas, à medida que a agência júnior conquistou visibilidade, alguns estudantes aderiram como colaboradores. Como um blog exige conhecimentos técnicos e investimentos menores que veículos como Rádio e TV, conforme registra Ferrari (2003), a estratégia inicial da Agência Júnior teve como base operacional o blog FocAia<sup>9</sup>. O nome surgiu da junção de duas palavras: “Foca” + “Araguaia”. “Foca” nas redações dos jornais quer dizer estudante de jornalismo ou jornalista em início de carreira. “Araguaia” porque o Campus Universitário do Araguaia, localizado em Barra do Garças, fica na região conhecida como Vale do Araguaia. Assim surgiu a “FocAia - Focas do Araguaia - Agência Júnior de Jornalismo do Campus Universitário do Araguaia da Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT”.

## 2 OBJETIVO

Por meio da FocAia buscou-se concretizar atividades complementares do projeto pedagógico do curso, proporcionar estágio supervisionado, além de constituir-se projeto de extensão que aplique as diretrizes curriculares de acordo com as condições locais e regionais, em atendimento às aspirações dos estudantes e também às aspirações da sociedade envolvente, sem descuidar do acompanhamento da inserção de novas tecnologias.

A Agência Júnior de Jornalismo teve, portanto, o objetivo de servir de canal de experimentação para atividades de iniciação à prática jornalística dos alunos do curso de

---

<sup>9</sup> <http://focaia.blogspot.com>.

Comunicação Social - habilitação Jornalismo da UFMT (Campus Universitário do Araguaia). Por meio de parcerias com os demais professores do curso e com outros setores da Universidade, buscamos apoiar a divulgação das informações de informações técnicas e acadêmicas. Essas parcerias também contribuíram com a sugestão de conteúdos para divulgação, co-produção de atividades e intercâmbio de idéias. Junto a outras instituições acadêmicas, buscou-se intercâmbio, além da participação em rede de pesquisas. E, com a realização de trabalhos para organizações governamentais e não governamentais, movimentos sociais e empresas de pequeno porte, procurou-se estreitar o relacionamento com os meios de comunicação locais.

### **3 JUSTIFICATIVA**

O projeto insere-se na necessidade de atuar no contexto regional e local do curso, que abrange várias cidades em franco desenvolvimento social, econômico, cultural e político, mas que carece de profissionais atuantes 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 Goiânia (mais de 400 km), cidades que oferecem a graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo.

Desde 2009, ou seja, praticamente desde a criação do curso, a FocAia vem cumprindo o papel de estimular as atividades práticas jornalísticas. Em três anos de funcionamento, a Agência Júnior permitiu aos alunos - no início informalmente e a partir de 2010 como projeto de extensão, pois a prática extensionista tem importância significativa para a formação de alunos da graduação - vivenciar aquilo que se aprendeu em sala de aula e aprimorar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso com trabalhos de verdade.

Experiências como essa enriquecem muito uma faculdade de Jornalismo. Para 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 melhor desempenho dos recursos (Reis Filho *et al*, 2007).

Em face das dificuldades enfrentadas por um 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 tinham como princípios indicar *links* e divulgar informações úteis para profissionais, professores, estudantes, pesquisadores e simpatizantes de Jornalismo, Comunicação e áreas afins.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Por ocasião do início das atividades, a Pro-Reitoria do Campus cedeu uma sala (equipada de dois computadores com acesso à Internet) à FocAia. Logo surgiu o primeiro problema: como o curso tinha enfoque no jornalismo impresso, a disciplina Webjornalismo aparecia na grade como optativa e apenas no sétimo semestre. O professor responsável pelo projeto da Agência Júnior conseguiu, junto à coordenação do curso, antecipar a matéria para o segundo semestre para iniciar o blog coletivo.

Antes de iniciar a parte prática propriamente dita, verificou-se que o nível de conhecimento dos alunos do curso acerca 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 Júnior, criando blog pessoal para ensinar, passo-a-passo, aos colegas interessados a participar voluntariamente, como desenvolver um blog.

A criação e a manutenção do blog constituíram oportunidade de relacionar teoria e prática de comunicação, aplicando conteúdos do curso de Jornalismo na publicação de matérias jornalísticas e trabalhos acadêmicos por meio de ferramentas de comunicação digital (blog, twitter e redes sociais virtuais, entre outras).

Mas era preciso avançar. Com a chegada de mais computadores e equipamentos de fotografia, rádio e TV ao laboratório de Jornalismo, tornou-se possível a expansão das atividades da Agência Júnior em duas vertentes.

Numa primeira vertente, foram planejadas atividades nas demais áreas do Jornalismo: impresso, radiofônico, televisivo e digital. Jornais, revistas, blogs, websites, redes sociais, videodocumentários, vídeos institucionais e programas de rádio e TV. Essas são algumas das iniciativas que, acreditava-se, a FocAia teria potencial para realizar.

Noutra vertente, foram desenvolvidas atividades ligadas à área de Comunicação Integrada, para desenvolver planejamento estratégico em comunicação organizacional e atividades de

Assessoria de Comunicação incluindo respectivos produtos e serviços de comunicação, de modo a contribuir para o desenvolvimento de mercado de trabalho regional na área de Comunicação e divulgar à comunidade regional a importância do papel do assessor de comunicação em geral e do assessor de imprensa em particular.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Na justificativa do projeto pedagógico do curso, observa-se que as cidades da região tinham atuação na 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 do Jornalismo em geral e no do Jornalismo Digital em particular.

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. Isso foi importante, porque a Agência Júnior não foi idealizada para conquistar clientes, mas sim parceiros. Atualizado diariamente, até 20 de abril último o blog apresentou 2.300 postagens e contava com 175 seguidores, além de 75 mil acessos (média diária de cerca de 200 acessos). O twitter apresentou 2.900 postagens e 730 seguidores.

Alguns desses parceiros, tanto internos ao Campus como externos ligados à comunidade, passaram a contatar a Agência para a cobertura jornalística de eventos: o curso de Educação Física passou a convidar repórteres da FocAia para divulgar gincanas, torneios e apresentações; a Comissão de Pesquisa do solicitou a colaboração da Agência Júnior para produzir conteúdos para divulgação de trabalhos acadêmicos; uma empresa de turismo passou a informar sobre os eventos turísticos; a Câmara de Vereadores passou a convidar para solenidades.

Outros exemplos da atuação jornalística da Agência Júnior, descrita como a primeira vertente no item anterior: em conjunto com professores das demais disciplinas do curso, criaram-se a “WebRádio FocAia”<sup>10</sup> e Revista Digital “FocAia em Revista”<sup>11</sup>. Como exemplos de parcerias com outros setores da Universidade, podemos citar o

---

<sup>10</sup> <http://www.radiofocaiaufmt.blogspot.com>.

<sup>11</sup> <http://anormal-anm.com/focaiаемrevista.pdf>.

desenvolvimento do blog para o Cineclube Universitário Roncador <sup>12</sup>, além de diversas entrevistas feitas por outros cursos jornais, rádios e TVs locais, por ocasião de eventos de interesse desses cursos, como semanas acadêmicas, campanhas de conscientização da população e a I Semana Científica do Campus Universitário do Araguaia da UFMT. Com o sucesso das iniciativas pioneiras, outros próprios cursos passaram a procurar a Agência Júnior, para agendarmos os meios de comunicação e aconselharmos sobre o comportamento frente aos entrevistadores. Essa demanda acabou por gerar mais um produto inovador da FocAia: um curso rápido de *media training* para os estudantes e professores falarem em público. O clímax desse processo foi a produção de um programa do curso de engenharia civil do campus em um canal de TV local intitulado “Descomplicue” <sup>13</sup>. A iniciativa, desenvolvida em conjunto com o professor da disciplina de Rádio e TV e o coordenador do curso de Engenharia, visa ensinar aos telespectadores como realizar consertos domésticos relacionados à construção civil.

A parceria com outras instituições acadêmicas resultou em reuniões de estudos e eventos acadêmicos, onde a FocAia realizou cobertura jornalística *online* (3º. Seminário de Ciberjornalismo da Universidade Federal De Mato Grosso – Ciberjor UFMS e VI Simpósio de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso – Unemat), com a transmissão de informações em tempo real, via iPad e iPhone, pelo Twitter, Facebook e blog.

Com isso, abriram-se novos horizontes para a equipe, porque alguns parceiros passaram a solicitar a colaboração, não só do ponto de vista da divulgação jornalística, mas também do ponto de vista da organização, ou seja, passaram a solicitar serviços de assessoria de Comunicação. O primeiro exemplo foi o Motorcycle do Araguaia, que já é tradição em Barra do Graças (organizado por uma agência de viagem, reúne anualmente cerca de 1.200 motociclistas de todo o país). Inicialmente estava prevista apenas a cobertura jornalística do evento, mas, como a organização envolvia atrações diversas, entre elas shows com bandas locais e nacionais, foi feito convite à Agência Júnior para participar das rotinas de produção e divulgação. Na ocasião, foram promovidos shows musicais gratuitos, em quatro noites, com bandas locais e de fora da região. A equipe da FocAia prestou serviços de assessoria de imprensa aos promotores do evento. Também auxiliou na realização do cerimonial, em

<sup>12</sup> <http://cinecluberoncador.blogspot.com.br/>.

<sup>13</sup> Assista ao vídeo do programa exibido em 20 de abril último no endereço eletrônico:  
<http://www.youtube.com/watch?v=dkSZa6leFJk>.

contatos junto à Prefeitura Municipal, no treinamento interno de colaboradores, além de outras atividades relacionadas à função de assessoria de Comunicação.

A partir daí, portanto, passou a surgir demanda de natureza que extrapola as atividades de Jornalismo propriamente ditas e integra o *mix* de comunicação integrada, referido como a segunda vertente da FocAia no item anterior. A equipe, juntamente com uma empresa de produções culturais, participou também da realização do inédito espetáculo de *stand up*, trazido para Barra do Garças em dezembro de 2011, e que contou com audiência de mais de 350 espectadores da população local. O espetáculo proporcionou aos membros o desenvolvimento de atividades práticas relacionadas ao desenvolvimento de mercado de trabalho regional na área de Comunicação, abrindo caminho para apresentações teatrais na cidade, cuja tradição de eventos culturais resumia-se a festas dançantes e shows musicais. O sucesso do empreendimento mostrou a necessidade do desmembramento do projeto de extensão, para permitir a organização de uma equipe fixa, com funções determinadas, voltada para as atividades de comunicação integrada.

## 6 CONSIDERAÇÕES

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.

A experiência da criação de uma agência de jornalismo para atender uma parceria foi algo extremamente importante para o desenvolvimento dos participantes do projeto de extensão.

Sua primeira atividade e base operacional, o blog, obteve seu primeiro reconhecimento, ao ser escolhida como TOP 100 do concurso TOP BLOG 2011 <sup>14</sup>na categoria Comunicação e Marketing.

Entretanto, esse tipo de iniciativa exige que o profissional se supere e domine conhecimentos que extrapolem 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 (e que paga relativamente bem). É um momento marcante na história da profissão num tempo de profundas modificações nas relações de trabalho. E as oportunidades estão aí, surgindo a

---

<sup>14</sup> <http://www.topblog.com.br/2012/>.

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 o 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 à consolidação da Agência Júnior: a câmara de extensão do campus acaba de aprovar novo projeto de extensão que desmembrará a agência em duas: uma agência júnior de jornalismo e outra agência júnior de comunicação integrada. 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. A criação de projeto de extensão de agência júnior de comunicação integrada visa 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. Por suas características, situada às margens do Rio Araguaia, com praias na época da cheia, e próxima ao Parque Nacional da Serra Azul, a região apresenta grande potencial para empresas da área de turismo e produção de shows e eventos.

Por isso mesmo, a perspectiva é que a atuação da Agência Júnior de Comunicação Integrada volte-se para essas áreas. As atividades relacionadas à área de turismo envolvem: prepara atendimento básico, com a implantação de um Centro de Atendimento ao Turista - CAT e de sua manutenção, promover a divulgação do potencial turístico da cidade a nível estadual, regional e nacional. As atividades relacionadas à área de eventos e consultoria de comunicação envolvem: capacitar promotores de eventos para melhor aproveitamento de seu empreendimento, com melhores resultados para a cidade; elaborar e ampliar o calendário oficial de eventos da cidade, de forma profissional; melhorar os eventos tradicionais, visando melhores resultados; estimular a criação de novos eventos; envolver e motivar os grupos organizados da cidade para a participação nos eventos; estimular o surgimento de novos promotores de eventos; promover o máximo aproveitamento da infra-estrutura turística disponível; promover a geração de empregos temporários e o aumento de renda da população;



conquistar espaço na mídia e na opinião pública como cidade apta a sediar eventos estaduais, regionais e nacionais de pequeno, médio e grande porte. Tais iniciativas têm o objetivo final de estimular a criação de novos serviços e consolidação da cidade como pólo turístico e cultural de excelência, que constitua modelo para o Centro-Oeste

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERRARI, Poliana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto Editora, 2003.

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**. Confederação Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de la Comunicación... Anais, 2011.

## ANEXOS



Acima, página inicial do blog FocAia, e abaixo, alguns *posts* sobre atividades da Agência Júnior.

## **XIV Motorcycle do Araguaia agita feriadão em Barra do Garças**

POSTADO POR ALFREDO COSTA 24/06/2011 0 COMENTÁRIOS

Marcadores: [Assessor de Imprensa Júnior FocAia](#), [Motorcycle do Araguaia](#)



*por Ananda Cristie - Assessoria de Imprensa FocAia*

Na quarta, 22, o show inédito da equipe paulista **Alto Giro** abriu o [XIV Motorcycle do Araguaia](#) com manobras radicais. O resto da noite foi embalado pelas bandas locais **Charlote** e **Madame Rubi**.

Ontem, 23, a animação aumentou com a chegada de mais moto clubes à cidade. A atração principal da noite ficou por conta do concurso **Garota Motorcycle**. Sete candidatas pré-selecionadas realizaram desfile de abertura apresentando roupas de marcas consagradas como **Check**, **Gatabakana** e **Pura Mania** da loja **Glamurama**. Em seguida desfilaram para os jurados e público caracterizadas ao estilo Motorcycle.

Computados os votos, Jackeline foi a candidata que mais se destacou em quesitos como simpatia, criatividade, atitude e postura na passarela. A vencedora da competição ganhou *book* fotográfico profissional, um estada com acompanhante em Maceió e um *kit* de perfumes. Suelma ficou em segundo lugar e Indianara em terceiro. As premiações foram entregues pela equipe Alto Giro – que marcou presença também na mesa dos jurados.

A noite de quinta foi encerrada pelo *show* da banda **Miauc'lat**. As atrações continuam na noite de hoje, quando a

equipe Alto Giro faz mais uma apresentação inédita e as bandas **Raizers** e **Coadi** se apresentam no palco da Arena do Porto do Baé, ponto turístico de Barra do Garças (MT). A boate oficial do evento também começa hoje.

O XIV Motorcycle do Araguaia vai até domingo, dia 26, na arena do Porto do Baé.

Foto da vencedora do concurso: por Ananda Cristie

## **Comédia Stand up abre caminho para teatro em Barra do Garças**

POSTADO POR ALFREDO COSTA 04/12/2011 0 COMENTÁRIOS

Marcadores: [Comédia stand up](#), [Extensão Universitária](#), [Focaia](#), [Marcelo Mansfield](#)



Como a comédia *stand up* não é tradição na cidade, nem quaisquer outros eventos culturais que não sejam festas dançantes e shows sertanejos, muita gente pensou se tratar de um *open bar* em que os participantes teriam de beber em pé. Muitos não acreditavam nem mesmo que o humorista toparia vir apresentar o primeiro show de *stand up* nacional da história da região.

Mas o fato é que o show *stand up* Nocaute, de Marcelo Mansfield, tipicamente norte-americano, com apenas microfone e banquinho, encaixou bem o golpe nos poucos recursos de cenário do teatro local e, neste sábado, dia 3, agradou à plateia, abrindo caminho para outros eventos do mesmo porte. Cerca de 350 pessoas compareceram ao evento nas duas sessões apresentadas por Mansfield.



A iniciativa faz parte do projeto de extensão da Assessoria de Jornalismo Júnior FocAia, que, entre seus objetivos, visa contribuir para o desenvolvimento de mercado de trabalho regional na área de Comunicação.

Nas fotos, a equipe FocAia - Focas do Araguaia com Marcelo Mansfield.