

Jornal Conferência em Foco – Veículo Oficial da XXI Conferência Nacional dos Advogados Produzido Pela Agência Júnior de Jornalismo da Universidade Positivo¹

Isabella MAYER²
Ana Carolina Vieira KRUGER³
Daniel Emmendoerfer de CASTRO⁴
Laura Beal BORDIN⁵
Marcos Felipe MONTEIRO⁶
Ana Paula MIRA⁷
Universidade Positivo, Curitiba, PR

RESUMO

O trabalho apresenta e detalha o processo de produção do jornal impresso Conferência em Foco, conjunto de cinco edições produzidas pela Agência Júnior de Jornalismo da Universidade Positivo durante a XXI Conferência Nacional dos Advogados, realizada em novembro de 2011, na cidade de Curitiba. Os estudantes realizaram entrevistas e reportagens, além de terem sido responsáveis pelas fotografias e diagramação do veículo institucional. Em parceria com a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), a cobertura contribuiu para o crescimento acadêmico e profissional de seus responsáveis, que entraram em contato com os mais renomados juristas do país. Além disso, esta produção foi fundamental para o desenvolvimento da agência dentro do curso de jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: advogados; comunicação institucional; conferência; jornal impresso.

1 INTRODUÇÃO

A Agência Junior de Jornalismo da Universidade Positivo desenvolve trabalhos de comunicação institucional desde novembro de 2011. Todos os trabalhos realizados são desenvolvidos por alunos do 3º, 4º, 5º e 7º período do curso dentro das disciplinas de comunicação institucional, fotografia, redação, telejornalismo, radiojornalismo, jornalismo digital e gráfico, além dos estudantes que já cursaram estas disciplinas. O objetivo é

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

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: iisamayer@hotmail.com

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: anacv.kruger@gmail.com

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso de jornalismo, email: danielcastro.jornalismo@gmail.com

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso de jornalismo, email: laurabealbordin@gmail.com

⁶ Estudante do 5º. Semestre do Curso de jornalismo, email: marcos.femonteiro@gmail.com

⁷ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de jornalismo, email: anapmira@gmail.com

possibilitar que os alunos possam praticar os conceitos que aprendem em sala de aula, funcionando assim como laboratório empresarial para os estudantes. Estes desempenham atividades correlatas às de profissionais que atuam na área. O primeiro trabalho desenvolvido pela agência foi feito entre os dias 20 e 24 de novembro de 2011, quando cinco estudantes, com a orientação da professora responsável, participaram da cobertura da XXI Conferência Nacional dos Advogados, realizada no espaço Expo Unimed, em Curitiba.

O evento reuniu os maiores nomes da advocacia nacional, além de importantes representantes do Poder Judiciário brasileiro. Estiveram presentes na ocasião ministros do Supremo Tribunal Federal (STF), conselheiros do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), além de advogados e juristas renomados. Os temas da Conferência foram Liberdade, Democracia e Meio Ambiente – escolhidos por representarem as principais discussões do século XXI.

Mais de cinco mil participantes por dia tiveram acesso ao conteúdo produzido pela equipe. O evento foi organizado pelo Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), com o apoio da seccional do Paraná (OAB-PR). A XXI Conferência Nacional dos Advogados se destacou por permitir o retorno do evento a um palco histórico. Em 1978, em pleno contexto do Regime Militar, os advogados se reuniram em Curitiba para exigir a instalação de um Estado Democrático de Direito no Brasil ditatorial.

2 OBJETIVO

O Conferência em Foco foi criado com o objetivo de informar os congressistas a respeito dos principais temas que foram discutidos ao longo dos cinco dias de evento. O conteúdo publicado fez referência tanto aos painéis, conferências, debates e bate-papos que constaram na programação quanto à presença de figuras importantes, a exemplo da entrevista realizada com o ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Marco Aurélio Mello. O veículo também buscou oferecer informações aprofundadas sobre determinados temas, como na reportagem sobre a Conferência de 1978, que foi publicada na primeira edição do jornal. Além das discussões jurídicas, a equipe de estudantes, juntamente com o professor orientador e a OAB, considerou importante trazer informações sobre Curitiba por meio de um guia de turismo, cultura e gastronomia. A presença maciça de participantes vindos de todas as partes do Brasil justificou a escolha.

Segundo a pesquisadora Maria Alzira Pimenta, apesar de o modelo ter as suas especificidades, a produção de um veículo institucional possui características comuns às dos meios de comunicação tradicionais. “Devem seguir o mesmo formato, linguagem e qualidade técnica dos jornais e revistas em circulação, tratando assuntos de interesse interno e externo” (PIMENTA, 2002, p.154). Condizente com o conceito proposto pela autora, o Conferência em Foco adotou como objetivo prioritário a produção de informação qualificada, levando em consideração principalmente o público participante do evento. Outro fator considerado foi a qualificação da imagem da OAB dentro dos conceitos trabalhados na comunicação institucional. O estudo completo sobre o assunto está presente no item Métodos e Técnicas Utilizados.

3 JUSTIFICATIVA

Todos os objetivos expostos no item anterior estão de acordo com a proposta da Agência Júnior de Jornalismo da Universidade Positivo. Ao receber um projeto a ser colocado em prática, primeiro há a fase de pesquisa da melhor estratégia de comunicação, da qual participam alunos e professores. Em um segundo momento, os projetos (proposta e orçamento) são levados para aprovação do cliente. Em seguida, são colocados em prática. Neste momento é necessário formar o grupo que irá trabalhar nesta atividade e o professor que será responsável pela ação. Ao final, com o produto/projeto realizado, há uma nova reunião para avaliação, primeiro com o cliente e, em seguida, com alunos e professores envolvidos. A execução rigorosa de todas estas etapas permitiu que fosse alcançado o melhor resultado para todas as partes envolvidas no projeto. Desta forma, o planejamento de cobertura para a XXI Conferência Nacional dos Advogados se encaixou nos requisitos pedagógicos da agência.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A opção pela publicação de um jornal institucional diário durante os cinco dias de Conferência foi uma forma de aplicar os conceitos de comunicação integrada, uma vez que insere o jornalismo em meio à organização de um evento que, segundo Margarida Kunsch (2002), é uma das atribuições do profissional de relações públicas. Segundo a Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE), o jornal institucional pode ser definido da seguinte forma:

Publicação com conteúdos informativos, interpretativos, opinativos e de entretenimento, dirigida a um ou mais elementos componentes do Público Externo (clientes, consumidores, fornecedores, comunidade, distribuidores, revendedores, imprensa, governo, universidades, associações de classes, entre outros) e/ou Público Interno (empregados e familiares e empregados de empresas terceirizadas que prestem serviços em caráter permanente) (ABERJE, 2010).

No caso do presente trabalho, para a elaboração de um produto voltado ao público da Conferência Nacional dos Advogados, foram consideradas as necessidades da OAB, instituição atendida neste processo. O jornal impresso distribuído durante a Conferência precisou levar informação qualificada a um público exigente e também reforçar a imagem da Ordem dos Advogados do Brasil enquanto organizadora do evento. A opção pela divulgação de informações em um canal jornalístico esteve em consonância com os demais projetos da entidade, que conta com um departamento de comunicação bem desenvolvido em suas atividades do dia a dia.

Segundo o pesquisador Francisco Gaudêncio Torquato do Rego, publicações desse tipo podem ser meramente promocionais. No entanto, este não foi o caso do Conferência em Foco, que investiu na cobertura completa do evento, com reportagens que primaram pelo processo de apuração jornalística, inseridas em um veículo preocupado com a qualidade estética obtida por meio do bom uso de fotografias e da diagramação. Sendo assim, esta produção está inserida em outra categoria trabalhada pelo autor.

Algumas publicações externas assumem a feição de ‘veículo de utilidade e/ou prestação de serviço’. Geralmente, são luxuosas, com matérias bem feitas e impressas em papel de primeira qualidade, em cores. As matérias nem sempre se relacionam à empresa. O conteúdo tende para a neutralidade. É claro que tudo depende do público (REGO, 1986, p.131).

A compreensão do público com quem o veículo se comunica também é fundamental. No caso desta cobertura, o desafio foi produzir o conteúdo adequado sem deixar de levar em consideração a forma, tanto linguagem quanto parte gráfica, no conjunto dos jornais.

Ao longo do evento, o contato diário com os receptores da informação contribuiu para que ajustes fossem feitos durante o processo de produção, sempre com o intuito de satisfazer as necessidades do público, sem deixar de considerar a preocupação com a veiculação da imagem da OAB.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A montagem do espelho do Conferência em Foco se deu após reunião envolvendo a equipe de estudantes, o professor orientador e os responsáveis designados pela OAB para acompanhar o processo de produção. A partir do encontro ficou decidido que o jornal ficaria dividido da seguinte forma: capa; página dois contendo frases dos participantes, editorial e expediente; páginas três, quatro e cinco dedicadas a conteúdos do universo jurídico; página seis com guia de turismo, cultura e gastronomia; página sete destacando os bate-papos culturais. A página oito foi inteiramente ocupada por um anúncio publicitário.

Com exceção da primeira edição, as frases presentes na página dois foram coletadas durante o evento. Como a produção do jornal que abre a série foi feita antes do início da Conferência, a equipe entrou em contato previamente com alguns dos personagens de destaque da programação. Também na segunda página, o editorial foi escrito diariamente pela equipe da OAB, sempre trazendo à tona os assuntos de destaque daquele dia.

A definição das coberturas jurídicas se deu entre os estudantes e o professor orientador, sendo posteriormente aprovada pela equipe da OAB. As matérias mais frequentes cobriram painéis e conferências e foram escolhidas durante reuniões de pauta diárias. Além disso, a equipe também realizou entrevistas com renomados juristas e reportagens de fôlego, como a da Conferência de 1978, programadas anteriormente.

O guia de turismo, cultura e gastronomia também foi elaborado pela equipe de estudantes, que considerou importante ter um espaço de serviço dentro da publicação para orientar principalmente os participantes vindos de fora de Curitiba.

O projeto gráfico do jornal foi constituído tendo como base o tema da Conferência. As cores azul, amarelo e verde predominaram na diagramação, onde representaram, respectivamente, liberdade, democracia e meio ambiente. Outra cor que esteve muito presente foi o bordô, com base no símbolo da OAB. Dentro do conjunto textual, destacou-se a formação de blocos de leitura. Com parágrafos justificados e fonte serifada no corpo (CalifornianFB-Bold, TrueType, ANSI), a criação de uma linha de leitura imaginária foi essencial, uma vez que a predominância de textos na página era tendência.

Outro fator determinante no auxílio à leitura foi a divisão das colunas das páginas com uma linha. Graficamente, as fotografias tiveram as pontas arredondadas, seguindo a tendência de se eliminar as arestas, criando assim uma harmonia maior entre textos e imagens, que compartilharam a mesma página.

A fotografia foi um desafio à parte ao longo da semana de trabalhos, já que o local do evento compreendia uma área grande para ser percorrida por um só fotógrafo. Depois do ato do corte, a edição e a pós-produção também exigiram uma grande demanda, principalmente se levada em consideração o ritmo de produção do jornal diário.

6 CONSIDERAÇÕES

A experiência de cobertura na Conferência contribuiu não apenas para o desenvolvimento da Agência Júnior de Jornalismo da Universidade Positivo, mas também para todos os alunos envolvidos no processo de produção. O contato com uma cobertura institucional, especialmente na área jurídica, possibilitou que os estudantes trabalhassem elementos jornalísticos como entrevista, reportagem, diagramação e fotografia em um veículo destinado a um público exigente e qualificado.

Ao final do evento, o presidente da OAB Paraná, José Lúcio Glomb, elogiou o trabalho feito pela equipe. “Todos ficamos muito satisfeitos com o resultado do jornal, que deu mais um brilho à Conferência. Parabéns aos que participaram e vejo um horizonte promissor aos nossos futuros jornalistas”⁸.

Na mesma linha, o vice-presidente do Conselho Federal da OAB, Alberto de Paula Machado, destacou a reunião de esforços em meio aos desafios da cobertura. “O jornal foi muito elogiado por todos, ficou muito bom. Bem sei o trabalho e a dedicação de todos vocês, especialmente pelas dificuldades de preparar um jornal diário, de coordenar a equipe de acadêmicos e de acompanhar assuntos que não integram a rotina de vocês”⁹.

No fim, o trabalho desenvolvido na Conferência foi importante para a que a agência fosse reconhecida dentro da instituição e adquirisse experiência na produção de veículos institucionais. Desta forma, aliou o ensino previsto pela grade curricular à prática, proporcionando assim o aperfeiçoamento do aprendizado acadêmico.

⁸ E-mail enviado à equipe que desenvolveu o Conferência em Foco, em 29/11/2011.

⁹ E-mail enviado à equipe que desenvolveu o Conferência em Foco, em 27/11/2011.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABERJE. **Conceitos de Comunicação**. 2010. Disponível em

<http://www.aberje.com.br/acervo_cmr_conceitos.asp>. Acesso em 19/04/2012.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2002.

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação empresarial: conceitos e técnicas para administradores**. Campinas: Alínea, 2002.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Comunicação empresarial/comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus, 2002.