

Verbalize! Jr: prática jornalística na região dos Inconfidentes¹

Stênio Henrique LIMA²

Daniela Cristina FELIX³

Lívia Alessandra Monteiro CAMPOS⁴

André Quiroga SANDI⁵

Universidade Federal de Ouro Preto, MG

RESUMO

A *Verbalize! Jr* é a Empresa Júnior do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto e atua nas cidades mineiras de Mariana e Ouro Preto. Oferecendo serviços como divulgação e cobertura de eventos e assessoria de imprensa e de mídia, a empresa, sem fins lucrativos, é uma opção para a prática jornalística dos alunos do curso. Em 2014, a *Verbalize! Jr* desenvolveu um dos principais trabalhos junto ao 6º Circovolante - Encontro Internacional de Palhaços. A grandeza e tradição do evento na cidade histórica de Mariana possibilitou aos membros o desenvolvimento de habilidades, além de contribuir com a consolidação do espaço de comunicação na Região.

PALAVRAS-CHAVE: Agência Júnior; Empresa Júnior; Comunicação; Verbalize! Jr; Circovolante.

1 INTRODUÇÃO

Com sede no Instituto de Ciências Sociais Aplicadas (ICSA), pertencente à Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), a *Verbalize! Jr* - Empresa Júnior de Jornalismo foi criada no final de 2012 e atua nas cidades de Mariana e Ouro Preto, pertencentes à Região dos Inconfidentes em Minas Gerais. Para nortear os trabalhos, tem como missão “estimular o aprendizado através de vivências empresariais, a fim de desenvolver o lado empreendedor e transformador dos membros, oferecendo soluções inovadoras na área de comunicação” (Verbalize! Jr, 2015).

A *Verbalize! Jr* é composta exclusivamente por alunos do curso de jornalismo, que têm na empresa a possibilidade de aplicação das teorias aprendidas em sala de aula. Sem fins lucrativos, se propõe a reverter seus ganhos em fins educacionais, na aplicação de cursos, oficinas, workshops e palestras que desenvolvam o membro como futuro jornalista, além disso, os recursos são revertidos na aquisição de equipamentos que possibilitem a

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Jornalismo, modalidade Agência Júnior de Jornalismo.

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso Jornalismo, email: steniohlimas@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso Jornalismo, email: danielacrtfelig@gmail.com

⁴ Estudante do 5º semestre do Curso de Jornalismo, email: liviaacm@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho, professor doutor do Curso de Jornalismo, email: quirogasandi@gmail.com

profissionalização dos trabalhos prestados. Desta forma, a empresa colabora com o desenvolvimento do espírito empreendedor de seus membros e busca, ainda, contribuir com a consolidação do mercado de comunicação nas cidades em que atua.

A empresa se organiza em seis diretorias - Administrativo/Financeiro, Marketing, Projetos, Qualidade, Recursos Humanos e Presidência/Vice-Presidência. Cada uma delas tem uma função colaborativa, que busca atender todas às necessidades da empresa, de seus clientes e membros, prezando pelo aprendizado do estudante e seu bem-estar, além de qualidade do ofício jornalístico oferecido.

Dentre os serviços ofertados pela Empresa Júnior, destacam-se a divulgação e cobertura de eventos e a assessoria de imprensa e de mídia. O principal perfil dos clientes que recorrem à agência para a prestação de serviços são microempresários e agentes culturais, com destaque para esses últimos, devido ao contexto local na qual a *Verbalize! Jr* está instalada - cidades históricas com forte apelo cultural - e ao perfil do curso, que tem como foco dar “ênfase às questões sócio-político-culturais mineiras na formação de profissionais competentes tecnicamente” (PPC do curso de Jornalismo, 2013, p. 9).

Desde a sua criação a *Verbalize! Jr* não pode ser considerada apenas uma prática laboratorial. Também se apresenta como uma opção de estágio para os alunos do curso, ao ser capaz de proporcionar a seus membros o contato direto com o mercado de trabalho na área da comunicação na Região dos Inconfidentes, contribuindo assim, com a formação de futuros jornalistas.

2 OBJETIVO

A Empresa Júnior no curso de jornalismo da UFOP tem como objetivo dar aos alunos oportunidades iniciais para vivenciar as rotinas e práticas jornalística, com aplicação no mercado. Em pouco mais dois anos de existência setenta e seis (76) alunos participaram das diversas atividades realizadas pela empresa, que busca desenvolver continuamente habilidades jornalísticas em seus membros, seja através de capacitações ou da vivência empresarial. De acordo com a Brasil Júnior⁶, essa vivência “se dá em três frentes principais: na realização de projetos e serviços de qualidade; na experiência e o aprendizado através do desenvolvimento da gestão das empresas e na promoção da cultura empreendedora ao universitário” (BRASIL JUNIOR, 2013).

⁶ Brasil Júnior - Confederação Brasileira de Empresas Juniores. Órgão que rege as empresas juniores em nível nacional.

Ainda no âmbito da prática empresarial, outro propósito da *Verbalize! Jr* está em possibilitar aos membros uma prática de mercado diferenciado, com possibilidade de ousar em suas formas de organização interna, apresentação ao cliente e na prestação de serviços. Desta forma, todos têm liberdade para opinar, inovar e experimentar.

De maneira geral, a participação em uma empresa júnior gera um desenvolvimento pessoal e profissional, já que

através de serviços prestados com o conhecimento adquirido nos cursos, os empresários juniores desenvolvem empresas clientes e disseminam a atitude empreendedora. Com isso, são formados profissionais cada vez mais preparados e dotados de competências como liderança, visão estratégica e experiência em gestão (FEJEMG⁷).

Como Empresa Júnior, formada exclusivamente por graduandos prestamos serviços de qualidade aliado ao baixo custo, em relação aos preços de mercado. Essa condição é indicada pelos órgãos de representatividade das empresas juniores e se torna um diferencial em relação às demais empresas de comunicação da região, sempre como objetivo de colaborar com a melhoria do jornalismo praticado na região.

3 JUSTIFICATIVA

A *Verbalize! Jr* busca instigar a cultura do empreendedorismo, tema de fundamental importância e não presente na grade obrigatória do curso, desenvolvendo uma lógica que leve o aluno a ser “uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões” (FILLION, 1999). A empresa promove, principalmente, o contato e a inserção dos estudantes com o mercado de trabalho da região dos Inconfidentes, local onde a Universidade está inserida. Nessa região, as ofertas de empregos e estágios na área de comunicação ainda são escassas, pois os jornais, em sua maioria, não são produzidos por profissionais com habilitação em jornalismo e carecem do rigor jornalístico em suas rotinas de apuração, edição e revisão.

Entre as atividades desenvolvidas está a assessoria de comunicação, mais especificamente nas rotinas de imprensa, sendo uma necessidade dos alunos de compreenderem o funcionamento, estrutura e processos que são parte desta área de atuação do jornalista. O trabalho de uma “assessoria de imprensa permitirá à empresa criar um vínculo de confiança com os veículos de comunicação” uma vez que o trabalho do assessor “se concentra no envio frequente de informações jornalísticas, [das] organizações, para os veículos de comunicação em geral” (FENAJ, 2007, p.07).

⁷ Federação Mineira de Empresas Juniores. Órgão que rege as empresas juniores em nível estadual.

Pinto (2009) afirma que em qualquer área, um excelente profissional depende em grande parte dele mesmo, e que o sucesso seria resultado de três coisas: talento, conhecimento e experiência. A *Verbalize! Jr* surge, portanto, como uma proposta de conciliação entre ensino e prática. Ao estar envolvido nas rotinas da empresa os alunos do curso adquirem a consciência desses três pilares.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A estrutura da *Verbalize! Jr* é formada por diretores e assessores, que são considerados membros efetivos, e pelos *trainees*, que ingressam semestralmente a partir de um processo seletivo. Os diretores se dividem em Presidência, Administrativo-Financeiros, Marketing, Projetos, Qualidade e Recursos Humanos e coordenam cada área, identificando suas demandas e repassando-as aos assessores. Já os assessores são responsáveis por desenvolver as demandas apontadas por seus diretores, colaborando para que todos os compromissos sejam cumpridos no prazo e de maneira satisfatória.

O aluno que é selecionado no processo e ingressa como *trainee*, tem como função conhecer, durante aproximadamente dois meses, a realidade de cada um dos setores da empresa em uma rotina desenvolvida para essa finalidade. Neste processo a empresa vai identificando potenciais diretorias, para que esses *trainees* sejam alocados. O processo *trainee* torna-se importante pois auxilia novos alunos, em sua maioria recém-chegados à universidade, a conhecerem as possibilidades dentro da empresa, além de construírem visões das diversas áreas do jornalismo no mercado.

Ao final destes dois meses de processo, a empresa analisa o perfil de cada participante em relação ao trabalho de forma geral e aos setores. Os que mais se destacam são aprovados, sendo alocados no setor da empresa que melhor o identifica. A partir de então, esses membros tornam-se assessores. Tendo em vista a rotatividade anual, esses membros podem, ainda, alcançar os cargos de diretorias e presidência nas gestões futuras.

Preocupada com a constante evolução e aprendizado, a *Verbalize! Jr* busca ofertar cursos e capacitações para os ingressantes e membros. Minicursos e workshops de fotografia, redação, assessoria de imprensa e gestão de redes sociais são algumas das oportunidades que capacitam os futuros profissionais para desenvolverem os trabalhos que a empresa oferece.

5 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

Alocados em um contexto onde história e cultura estão totalmente presentes, a *Verbalize! Jr* percebe nessas áreas um potencial para o desenvolvimento da atividade jornalística para seus clientes, seja na cobertura de eventos tradicionais em Ouro Preto, como por exemplo a produção de conteúdo para um site especializado em cultura e turismo da cidade⁸, seja na cobertura fotográfica de peças teatrais⁹ ou na comunicação institucional (produção de vídeo institucional e fotografias) de grupos de teatro¹⁰. Os serviços citados demonstram o empenho e trabalho de qualidade que a *Verbalize! Jr* realiza, além de se juntar a outros que trazem experiência para a empresa e seus membros.

No ano de 2014, a *Verbalize! Jr* teve a oportunidade de desenvolver um de seus maiores trabalhos, junto ao 6º Encontro Internacional de Palhaços, em contato direto com Circovolante, grupo de preservação da arte circense na cidade de Mariana, Minas Gerais. Essa experiência foi um marco na história da empresa, pois a proposta inicial ganhou novos contornos à medida que o envolvimento com o trabalho, por parte dos membros, foi crescendo e possibilitou um olhar diferenciado sobre os processos jornalísticos.

Na ocasião foi realizada uma assessoria de mídia durante os cinco meses que antecederam o evento, além de cobertura em texto para o blog oficial e cobertura audiovisual, com foco no público, durante o Encontro.

O evento, que ocorreu entre os dias 25 e 28 de setembro de 2014, é organizado pelo Grupo Circovolante que foi criado há 15 anos. Abordando o repasse de técnicas e conceitos da arte, oficinas práticas para o público geral e disponibilização de bibliografias em relação a pesquisa circense, o Circovolante pode ser caracterizado como um dos principais grupos teatrais da cidade.

Os primeiros contatos com o Circovolante ocorreram em 2013 onde, na ocasião, a empresa foi contratada para o desenvolvimento de crônicas para o blog da 5ª edição do Encontro Internacional de Palhaços, tendo como foco principal a variedade de público que participava do evento. O trabalho desenvolvido pela Empresa Júnior teve *feedback* positivo por parte do público que acompanhava o evento virtualmente e agradou aos organizadores do evento.

⁸ Portal Ouro Preto - ouropreto.com.br - março e agosto de 2014

⁹ “Mamãe não pode saber” - Trabalho de Conclusão de Curso da aluna XXX de Artes Cênicas - fevereiro de 2014 | “Um conto de fadas fora do convencional” - Grupo de Teatro da região - novembro de 2014.

¹⁰ Clube Osquindô - janeiro de 2014.

A partir deste primeiro trabalho, o Grupo entrou em contato com a *Verbalize! Jr*, novamente, em abril de 2014. Em reunião inicial com o cliente, foram solicitadas três propostas distintas de serviços direcionadas para comunicação online e seus respectivos orçamentos. Dentre as propostas apresentadas, o Circovolante optou por contratar os serviços de Gerenciamento e Assessoria em Redes Sociais, com foco no *Facebook* (figura 1), entre os meses de maio e outubro, além de cobertura online nos formatos textual, fotográfico e audiovisual nos dias do evento, para Blog e Facebook. Para os registros de fotos e vídeos dos espetáculos foi contratada uma empresa profissional, cabendo à *Verbalize! Jr!* o registro do público sua participação, reação e interação.

O início do desenvolvimento do trabalho consistiu, além de organizar a divulgação do 6º Encontro Internacional de Palhaços, resgatar a memória do evento em anos anteriores, buscando contextualizar, também, a história dos circos no Brasil. O resgate de personagens marcantes, contando uma história

para o público que acompanha o Circovolante, nas redes sociais, também foi realizado. No processo de recuperação da história foram realizadas entrevistas com os membros do Circovolante e convidados, além de análise documental das edições anteriores do evento.

Nos meses que antecederam o evento, preocupado com a capacitação e qualidade dos serviços, a *Verbalize! Jr* ofereceu cursos nas áreas de fotografia, assessoria em mídias sociais, técnicas de entrevista e produção de crônicas a seus membros. O apoio de



Figura 1 - Postagem na página do Facebook do Circovolante no dia 23 de setembro de 2014.

profissionais, o respaldo técnico e contado direto com o corpo docente do curso de Jornalismo da UFOP e a integração com membros mais antigos da própria Empresa Júnior foram essenciais nesse momento, por conhecerem a realidade de mercado e de um evento do porte do 6º Circovolante.

Para o evento, em setembro, os 36 membros da Empresa foram divididos em quatro áreas: texto e fotografia, audiovisual, mídias sociais e o último edição, revisão e publicação. Cada uma das áreas teve a coordenação de um membro mais experientes.

Na execução do trabalho os *trainees*, em sua maioria recém ingressante no curso, tiveram a oportunidade de praticar o jornalismo pela primeira vez. Realizar entrevistas com astros circenses, registrar em foto e vídeo as reações do público, captar a impressão deles durante e após os espetáculos, resgatar através de pesquisa e investigação a história do circo, fizeram parte das rotinas jornalísticas vivenciadas por todos os envolvidos, nos quatro dias de Encontro.

Todo o conteúdo textual produzido a partir de entrevistas com artistas e público, além das coberturas dos espetáculos era adaptado para o formato de crônica pelos repórteres. Este estilo de texto foi solicitado pelo cliente pois além de traduzir a leveza do evento é de entendimento nosso que está ligado ao jornalismo cultural no Brasil, como apresenta Piza (2009) ao reforçar que

cabe lembrar o papel da crônica na história do jornalismo cultural brasileiro. Se a tradição local em jornalismo literário- reportagens mais longas, perfis, etc.- é pequena, o gosto nacional pelas crônicas, até certo ponto, sempre foi uma forma de atrair a literatura para o jornalismo (...) a crônica sempre teve espaço fixo nas seções culturais de jornais e revistas brasileiros e, portanto, é uma modalidade inegável do jornalismo cultural brasileiro (PIZA, 2009, p.33).

Mas não foi somente a crônica que remeteu ao jornalismo cultural. Durante o processo e na avaliação final pela Empresa foi constatado que além das rotinas produtivas, o trabalho realizado no Encontro de Palhaços apresentou como um todo características e técnicas do jornalismo cultural. E é FARO (2003), um estudioso das teorias do jornalismo cultural, que ao resgatar Kellner traduz a percepção do grupo ao indicar que

os textos da cultura (na) mídia não são simples veículos de uma ideologia dominante nem entretenimento puro e inocente. Ao contrário, são produções complexas que incorporam discursos sociais e políticos cuja análise e interpretação exigem métodos de leitura e crítica capazes de articular sua inserção na economia política, nas relações sociais e no meio político em que são criados, veiculados e recebidos (Kellner apud Faro, 2003, p. 155).

O desenvolvimento de todo o trabalho foi conduzido como em uma redação, os repórteres cumpriram um *deadline* para a entrega das crônicas, que após passar pela equipe de revisão eram publicadas no Blog do 6º Circovolante - Encontro Internacional de Palhaços¹¹. O ritmo de produção era intenso, chegando a ter uma média, em alguns dias, de 18 publicações para o blog.

No total, houveram 52 textos publicados no blog do evento, foram produzidos 6 vídeos, disponibilizados no *Youtube* e houveram aproximadamente 200 postagens na página do Circovolante no *Facebook*, usada para divulgação. O intenso processo de relacionamento nas mídias digitais trouxe um retorno visível, havendo um crescimento no número de curtidas neste canal, que cresceu 17%, entre maio e outubro, saltando de 7076 seguidores para 8336 (Figura 2) e gerando um alcance de cem mil pessoas.



Figura 2 - Número de seguidores da página Circovolante no *Facebook* - maio e outubro de 2014

¹¹ Disponível em <http://circovolante.wix.com/encontrocircovolante>

6 CONSIDERAÇÕES

O 6º Circovolante - Encontro de Palhaços não ficou restrito somente às tendas. Em sua última edição, o evento abrangeu alguns distritos da cidade de Mariana, realizando apresentações em escolas públicas para crianças carentes. Foram realizadas intervenções em hospitais e asilos, que levaram o riso e trouxeram alegria para aqueles que possuem uma rotina difícil. Essas apresentações possuem grande relevância, já que são ações inclusivas voltadas para grupos comumente excluídos de programações culturais. Por isso, pode-se dizer que o evento possui grande relevância para Mariana e região, ao promover atividades que contemplam um público amplo. A atuação da *Verbalize! Jr*, nesse projeto, tem como resultado uma série de atividades e produtos jornalísticos de extrema importância sociocultural, tais como gerenciamento de redes sociais, além de registrar momentos dentro da programação, colaborando para a permanência da memória circense.

Neste sentido, o Encontro foi um dos eventos que mais possibilitou a experimentação aos membros da *Verbalize! Jr* e principalmente aos *trainees*. Para estes a cobertura do Circovolante foi a primeira oportunidade prática das rotinas do jornalismo, como profissão que escolheram. O uso de credencial, camiseta do evento, o contato com a máquina fotográfica ou filmadora, o bloco de anotações foi de importância não só para aprofundar conhecimento, mas a primeira lembrança de atuação como repórter.

Foi visível o engajamento dos todos os membros na empresa, em decorrência do tipo e porte do evento. O resultado do trabalho foi positivo e revelou qualidades que até então não haviam sido detectadas nos membros, como por exemplo habilidades textuais na construção de crônicas, facilidade para fotografar e capacidade de identificar ângulos inusitados e interessantes para filmagens. Após o Circovolante, o peso e a experiência de ter trabalhado em um grande evento fez com que encontrássemos, com mais facilidade, caminhos para a solução de desafios seguintes. Neste mesmo sentido, com o trabalho realizado no evento conquistamos reconhecimento na cidade, trazendo visibilidade ao curso e a profissão de jornalismo, sendo assim uma forma de divulgação para captação de novos clientes.

A troca de experiência foi um dos diferenciais da cobertura do Circo Volante, onde a união dos membros da empresa facilitou o trabalho de toda a equipe. Vimos nesse trabalho um dos maiores exemplos do objetivo de se estar em uma Empresa Júnior. Trabalhar com a possibilidade de errar, o que diminui o medo; desenvolvimento de uma relação entre os diferentes níveis hierárquicos, o que permite maior confiança entre todos e,

principalmente, a permissão para experimentação, que leva a maior exploração da criatividade e das habilidades pessoais. Esse ambiente, propiciado pela *Verbalize! Jr*, é o diferencial encontrado pelos alunos do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto para o envolvimento e desenvolvimento prático dos conceitos estudados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL JÚNIOR. **Planejamento estratégico da rede 2013-2015**. Disponível em: <http://www.brasiljunior.org.br/arquivos/download/108> . Acesso em: 10 de abril de 2015.

CIRCOVOLANTE. **Quem somos**. Disponível em <<http://www.circovolante.com.br>>. Acesso em: 05 abr. 2015.

FARO, José Salvador. Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural. *In: Comunicação & Sociedade*, Vol. 28, N. 46 (2006), p143-163. Disponível em <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/3871>

FEJEMG, Federação de Empresas Juniores do Estado de Minas Gerais. **O Mej**. Disponível em: <<http://www.fejemg.org.br/site/>>. Acesso em: 07 de abril de 2015.

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas. Manual de assessoria de imprensa. 2007. Disponível em http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf acesso:02 de maio e 2015

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo, v.34, n.02, p.05-28, abril-junho 1999. ISSN 1984-6142.

PINTO, Ana Estela de Souza. **Jornalismo diário**: reflexões, recomendações, dicas e exercícios. São Paulo: Publifolha, 2009.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 3ª Edição. São Paulo: Contexto, 2009.

Projeto Pedagógico do curso (PPC) do curso de Jornalismo. Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto/ Mariana. Disponível em http://www.icsa.ufop.br/documentos/jornalismo/Projeto_Pedagogico_de_Curso_Jornalismo_2013-2.pdf Acesso em: 2 de abril de 2015.

Verbalize! Jr. Site: <http://verbalizejr.com/aempresa/> acesso em 28 de março de 2015.