

Eduardo Sirotsky Melzer é entrevistado por vencedores do concurso Primeira Pauta

Os alunos debateram com o chairman do Grupo RBS, Eduardo Sirotsky Melzer, a respeito das mudanças na indústria da comunicação e as perspectivas de futuro para a companhia

29/09/2016 17:25:27

Os estudantes de jornalismo, vencedores do concurso “Primeira Pauta” deste ano, do jornal Zero Hora, enfrentaram o primeiro desafio, nesta segunda, dia 26. A atividade foi entrevistar o presidente do Grupo RBS, Eduardo Sirotsky Melzer. A repórter Juliana Bublitz foi quem deu as dicas, orientou e preparou os jovens para cumprir a tarefa.

Eduardo Uhlmann (UFPEl), Felipe Goldenberg (UFRGS), Gabriela Garcia (UFRGS), Joice Caroline da Silva (Unisc) e Larissa Burchard (Unipampa) ficarão até a próxima sexta, dia 30, “mergulhados” na redação da Zero Hora para conhecer a rotina do jornal. Durante esse período, os estudantes terão a oportunidade de participar de oficinas diárias de português, direito, ética, reportagem, edição e imagem. Os futuros jornalistas também terão a chance de produzir um projeto multimídia. A ideia é fazer uma reportagem com a supervisão do editor do caderno DOC da Zero Hora, Ticiano Osório.

Durante a entrevista com o membro da terceira geração da família Sirotsky e neto do fundador da RBS, Maurício Sirotsky Sobrinho, Eduardo Sirotsky Melzer - também conhecido como Duda Melzer - os estudantes abordaram com o atual presidente da companhia assuntos relacionados às mudanças recentes na indústria da comunicação e as perspectivas de futuro para o Grupo RBS.

“Esse primeiro momento já nos deixou muito animados com o aprendizado que vamos adquirir até o fim da semana. Acredito que o crescimento vai ser notável em todos”, destacou a estudante da Universidade de Santa Cruz (Unisc), Gabriela Garcia.

Em resposta aos jovens aspirantes a jornalistas Duda Melzer disse que os grupos de comunicação precisam ter consciência da função e do impacto social da atividade que exercem.

No caso específico do Grupo RBS, Eduardo Sirotsky Melzer salienta a importância de levar-se em consideração o que o povo gaúcho quer, e o mercado publicitário do Rio Grande do Sul e do Brasil. Ele enfatiza que nada vai substituir o jornalismo de qualidade, mas que é preciso saber o que é qualidade na visão dos espectadores.