



Extensão comunitária, Mídia Cidadã e Inclusão Social Informativa: entre metas, desafios e limites na Agência de Jornalismo da UEPG¹

Sérgio Luiz GADINI²
Isadora Ortiz CAMARGO³
Karina Janz WOITOWICZ⁴

Resumo:

A importância de envolver a comunidade acadêmica no campo da ação comunitária motivou a criação do projeto Agência de Jornalismo, em funcionamento desde o segundo semestre de 2003 no curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. A proposta se destaca pelo caráter de prestação de serviços para entidades sem fins lucrativos e setores da comunidade local, na perspectiva da mídia cidadã. O projeto Agência de Jornalismo, além de oportunizar um espaço para produção jornalística a estudantes e professores de Jornalismo, atua como suporte para o desenvolvimento de ações em jornalismo comunitário, seja produzindo programas, vinhetas e documentários com temáticas sociais para veiculação na TV Comunitária de Ponta Grossa, seja possibilitando a difusão cultural e o acesso ao campo científico por meio da edição de revista acadêmica, livros e CD de Anais de eventos. Com estas iniciativas, o curso de Jornalismo da UEPG tem ampliado a inserção comunitária no município, ao mesmo tempo em que oferece oportunidade de experimentar atividades práticas e novas formas de executar produtos de comunicação em diferentes áreas, tendo como parâmetro as demandas de informação de diversos setores da comunidade.

Palavras-chave:

Ações Extensionistas; Ensino de Jornalismo; Extensão Comunitária; Jornalismo Comunitário; Produção Jornalística.

Considerações Preliminares

“A prática da extensão é uma das ações que marca e legitima a inserção da universidade pública brasileira no cotidiano de uma parcela da população historicamente excluída das condições de acesso à cidadania” (Luiz Naue)

O projeto de extensão Agência de Jornalismo é desenvolvido no Departamento de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) desde 2003 para integrar setores da comunidade universitária e da sociedade civil organizada com os estudantes,

¹ Trabalho apresentado na modalidade Artigo Científico na *IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã*.

² Professor da Universidade Estadual de Ponta Grossa, coordenador do Programa de Mestrado em Jornalismo (UEPG). E-mail: sergiogadini@yahoo.com.br

³ Jornalista, mestranda da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). E-mail: isa_camargo16@hotmail.com

⁴ Professora do Curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR). E-mail: karinajw@hotmail.com



professores e servidores do Curso de Jornalismo, a partir de atividades de produção em mídia impressa, audiovisual e de web, com ênfase no apoio a organizações sem fins lucrativos e movimentos sociais, que não dispõem de estrutura para divulgar suas ações.

A Agência de Jornalismo atende algumas demandas de informação nesses 10 anos de criação e consolidação dentro curso de Jornalismo, integrando a comunidade interna e externa da Universidade, já que proporciona aos alunos de graduação um espaço de aprendizado, antecedendo situações de trabalho que os futuros profissionais irão enfrentar quando se formarem e, principalmente, aproxima esses estudantes da realidade social na qual estão inseridos no período em que estão cursando.

O projeto de extensão já desenvolveu uma série de parcerias com movimentos sociais, entidades sem fins lucrativos, outros cursos da UEPG, atendendo solicitações para cobertura de eventos, produção jornalística de vídeos, jornais, sites, folders, cartazes de divulgação, auxílio na organização de eventos e suporte para produções científicas. Estas situações, além de proporcionarem uma espécie de “estágio” ao estudante, coloca-o diante das possibilidades de interdisciplinaridade presentes na atuação profissional e acadêmica, fazendo com que alunos e professores se desafiem em apresentar à comunidade um trabalho jornalístico em sintonia com as necessidades dos setores sociais solicitantes. Isto é, o desenvolvimento das atividades acompanha o desenvolvimento da formação profissional, partindo do princípio de que o estudante sai da sala de aula para testar novas possibilidades de atuação e aprendizado ao mesmo tempo em que converge com as necessidades da entidade que solicitou o serviço na Agência de Jornalismo.

Neste sentido, as demandas vêm se intensificando nos últimos anos e novas ações são solicitadas, exigindo uma atuação mais sistemática do projeto no atendimento às mais variadas ações, realizando trabalhos de caráter jornalístico de forma voluntária e sem qualquer finalidade lucrativa e também dos alunos, que vão se atualizando e aprimorando a maneira de trabalho na medida em que as demandas chegam até a Agência.

O projeto Agência de Jornalismo visa oportunizar a prática jornalística através da extensão. Com ações de inserção comunitária e produção acadêmica, busca-se contribuir para a formação profissional dos(as) estudantes, em uma perspectiva voltada à defesa da qualidade da produção jornalística e ao comprometimento com a defesa da cidadania.



Assim, baseando-se no desenvolvimento de atividades interdisciplinares, formação crítica e pedagógica dos alunos, atualização de conhecimento, implementação do conceito de políticas públicas dentro da Universidade e incentivo à relação estudante-comunidade é que a Agência de Jornalismo vem tentando expandir sua atuação por meio de novas demandas que surgem para auxiliar a sociedade civil. Parte dessas demandas concentra-se em serviços transmídia, que exigem novas maneiras de pensar o jornalismo social. Exemplos são as entidades que precisam atuar através de redes sociais, páginas na internet e, assim, contam com o auxílio da Agência desde a criação, manutenção e consultoria de mídia para essas novas plataformas. Pensando em atender cada vez mais tais demandas é que o projeto precisa ampliar sua estrutura e potencial de produção.

Entre justificativas e objetivos extensionistas

A criação e manutenção do Projeto Agência no curso de Jornalismo da UEPG justificam-se pela necessidade de possibilitar que o aluno envolva-se, cotidianamente e de forma sistemática, na produção de materiais jornalísticos diversos para os meios impressos, audiovisuais e on-line.

Por haver um público interno e externo à comunidade universitária que solicita ao Departamento de Comunicação, não raras vezes, o auxílio na cobertura e divulgação de projetos, atividades comunitárias e eventos, cria-se uma demanda de produção de materiais jornalísticos diferenciados, que pode ser atendida a partir da implantação de uma Agência de Jornalismo constituída por alunos e professores do curso.

A partir destas experiências, a Agência de Jornalismo também cumpre com uma das funções (desafiantes) da Universidade Pública: ‘integrar’ setores sociais, historicamente excluídos do acesso à educação superior, através da oferta de produtos, de serviços ou de ações, em sintonia com as demandas de informação de grupos, de organizações e de entidades sociais. As contribuições da extensão podem, assim, ser verificadas nos ganhos pedagógicos proporcionados pelo Projeto.

Ao se observar o trabalho da Agência de Jornalismo no atendimento às demandas de comunicação, pode-se notar um crescente fortalecimento de iniciativas baseadas no diálogo e na parceria com a comunidade acadêmica e com os movimentos sociais, contribuindo para uma maior visibilidade dos projetos e ações. Assim, entende-se que as ações extensionistas



representam um importante espaço para projeção da produção acadêmica e envolvimento com a comunidade e entidades sociais.

É, pois, nesta perspectiva que se pode compreender os objetivos (pontuais ou estratégicos) da Agência de Jornalismo da UEPG. Em primeiro lugar, busca-se fomentar a produção editorial e científica dos alunos e professores envolvidos no projeto, bem como uma aproximação da sociedade por meio dos trabalhos desenvolvidos para a comunidade.

E, ao mesmo tempo, impulsionar o contato interdisciplinar, o desenvolvimento pedagógico e crítico dos estudantes, sempre que possível pela proposição reflexiva de um relacionamento contínuo entre comunidade acadêmica e sociedade, buscando assegurar um aprendizado profissional aos estudantes de Jornalismo.

Destaca-se, ainda, entre os objetivos do projeto o desenvolvimento de atividades em sintonia com evolução tecnológica e mudanças sociais por meio de novas atividades que valorizem a participação colaborativa de quem solicita alguma ação por meio de processos transmidiáticos que convergem produção impressa, televisiva e online com função social. Na mesma perspectiva situa-se a meta de, sempre que possível, atender uma demanda comunitária da Cidade e Região dos Campos Gerais, na forma de atividades de extensão universitária, em sintonia com um dos eixos de ação da Universidade Estadual de Ponta Grossa, em especial de entidades ou organizações sociais sem fins lucrativos que não possuem estrutura de produção midiática.

E, por fim, a Agência visa projetar e estender, para a comunidade externa, o trabalho jornalístico realizado dentro da Universidade, possibilitando o desenvolvimento de produtos jornalísticos voltados às reais necessidades de informação da comunidade, buscando assim uma prática jornalística ligada à cidadania.

Breves reflexões conceituais

O processo de formação profissional em Jornalismo, ao longo da década de 1990, registra esforços de fortalecimento de ações extensionistas em Curso de Jornalismo, seja em instituição pública ou privada, basicamente em torno de duas preocupações que apontam para um mesmo eixo de atuação.

Por um lado, está o desafio de apostar em projetos que integram os estudantes ao meio profissional, com ênfase em demandas sociais de mídia, buscando ampliar laços de

envolvimento com setores da sociedade que poderiam contribuir para com a formação profissional em Jornalismo, na medida em que tais ações universitárias não precisariam depender de relações de mercado (norteadas, habitualmente, pela lógica da eficácia do lucro e da rentabilidade econômica).

Em outro aspecto, a mesma estratégia de aposta visa complementar a formação universitária em Jornalismo, buscando inserir os futuros profissionais em ações sociais que envolvem processos de produção editorial e digital.

A proposta de Diretrizes em Jornalismo, neste caso, vem ao encontro de iniciativas – como é o caso da Agência de Jornalismo da UEPG – que apostam em ações de parceria com setores da sociedade civil, possibilitando assim que os próprios estudantes envolvidos possam se aproximar mais concretamente das diferentes situações da comunicação e particularmente de eventuais demandas por produtos, serviços ou espaços de produção jornalística.

E por se caracterizar como extensão universitária, que é a interlocução entre academia e comunidade, a extensão faz com que o estudante se integre com o espaço em que vive, desenvolvendo atividades sociais e culturais que colaboram com a população deste local. Nesse sentido, trata-se de relação, ainda que em geral tensa, entre teoria e prática, onde o conhecimento extrapola o universo da sala de aula e repercute no meio social, possibilitando outros desdobramentos no processo de aprendizagem e experimentação profissional.

Partindo deste pressuposto, as novas tecnologias têm possibilitado mudanças evolutivas no desenvolvimento da extensão no país. Com a Agência não poderia ser diferente e a implementação de uma nova forma de trabalho começa a surgir com plataformas móveis, mídias sociais, rede de compartilhamento de dados, algo que ainda é novo e potencial para o projeto e para os envolvidos.

Em menos de 20 anos, os avanços tecnológicos representaram à sociedade novas formas de conhecimento e, principalmente, de compartilhamento de informações em redes. Com isso, o campo comunicacional, sobretudo o jornalismo, vem se alterando junto com a tecnologia digital e as possibilidades de atualização em tempo real proporcionadas pela internet, ferramentas digitais pela telefonia móvel. Pode-se, assim, dizer que a comunicação por meio da disponibilização de conteúdo (on-line) ganhou força desde a web 2.0, blogs e canais do Youtube, em que os usuários podem criar contas próprias para acessar e até mesmo produzir conteúdo (RENÓ, 2011).

Algumas especificidades tornam-se, então, cotidianas na prática comunicacional, como a mobilidade, considerada por Bauman (2001) como uma característica pós-moderna fundamental para o entendimento das sociedades contemporâneas. Por meio dos dispositivos móveis, o processo de produção, difusão e consumo da notícia fortalece a acessibilidade do usuário e, mais ainda, a produção em tempo real de texto, captura de imagem e distribuição da notícia simultaneamente pelos ambientes de distribuição acessíveis via rede (RENÓ, 2011).

E a Agência de Jornalismo, por meio das reflexões e cotidiano de trabalho, tem investido no potencial de uma nova linguagem auxiliar na propagação midiática dos diversos setores sociais, que são atendidos por meio do projeto. Esta nova linguagem da prática jornalística pode ser classificada como transmídia. Henry Jenkins, pesquisador norte-americano, é um dos percussores a usar o termo transmídia e, ao analisar o filme *Matriz* dos irmãos Wachowski, caracteriza a narrativa transmidiática como algo que se “desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2009, p.135). Por meio dessa caracterização, pode-se entender o fenômeno transmídia como uma complementaridade de conteúdos e plataformas, em que a repetição é mera casualidade de serviço ao usuário e não fator central da composição de conteúdos. Por isso mostra-se a importância de investir em novos canais e novas formas de interação entre a comunidade acadêmica e a sociedade.

Com base nestes princípios e tendências relacionados à produção jornalística é que se pode contextualizar o campo de ação do projeto, que compreende um conjunto de práticas que articulam ensino, pesquisa e extensão.

Exemplo disso pode ser ilustrado com o apoio da Agência de Jornalismo à produção em vídeo do site jornalístico *Cultura Plural*, que está disponível desde agosto de 2011 no endereço www.culturaplural.com.br. Produzido por estudantes e professores do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), o site publica periodicamente matérias sobre o campo cultural na região dos Campos Gerais. A ênfase dos temas fica por conta da cobertura de grupos e eventos ligados à cultura popular. Além de textos, fotos e produções em áudio, o site publica vídeos nos formatos de reportagem de jornalismo cultural e registro de apresentações culturais (seção ‘Palco Virtual’), totalizando 27 vídeos no período de agosto de 2011 a março de 2012. As referidas produções contaram com o apoio da Agência



de Jornalismo para a realização, desde a cessão e uso de equipamentos para filmagem até a finalização do material, com a etapa da edição.

As referidas produções em vídeo possibilitam, ainda, a elaboração, desde o ano de 2011, de edições do programa *Cultura Plural*, com duração média de 30 minutos, que vai ao ar na TV Comunitária de Ponta Grossa (TVCOM-PG, que opera no canal 96 da Net cabo local), entidade que é também parceira da Agência de Jornalismo. Karina Janz Woitowicz, coordenadora do projeto, ressalta a importância do apoio oferecido pela Agência de Jornalismo na cobertura do Festival Universitário da Canção (FUC), evento, este, realizado pela própria UEPG: “nas produções referentes ao site *Cultura Plural* e que contaram com o apoio técnico e estrutural da Agência de Jornalismo, destaca-se a cobertura do Festival Universitário da Canção (FUC)”, diz.

Desse modo, diante da parceria da Agência de Jornalismo com demais projetos e iniciativas, observa-se a intensificação das produções audiovisuais do curso de Jornalismo da UEPG, que passam a ser canalizadas pelo trabalho integrador da Agência.

Outra iniciativa diz respeito ao projeto de extensão *Programa Ade!*, que surgiu em outubro de 2010 e busca oferecer aos alunos do curso de graduação de Jornalismo da UEPG a oportunidade de experimentar, na prática, as discussões conceituais que envolvem o jornalismo, além de vivenciar a rotina produtiva de um programa de televisão em todas as etapas (produção, edição e veiculação), bem como as relações com os pares profissionais e fontes. O programa é veiculado quinzenalmente na TV Comunitária, canal 96, tem duração média de 24 minutos de produção, distribuídos em três blocos com 8 minutos cada e dois intervalos com 3 minutos cada um.

A produção do programa se desenvolve dentro da Agência de Jornalismo, recebendo auxílio no agendamento e manuseio dos equipamentos, assim como o projeto *Cultural Plural*. A edição do programa também é feita na Agência pelos alunos que participam do projeto. Paula Melani Rocha, coordenadora do *Ade!*, explica a principal finalidade da proposta editorial:

'O programa tem como foco temas relacionados à cultura, entendendo o conceito de cultura sob a perspectiva antropológica, a qual envolve as dimensões da linguagem, do simbolismo, do comportamento, da cognição, do espaço, do tempo, enfim, refere-se a uma complexidade de aspectos que incluem conhecimentos, arte, leis, costumes, comportamento e hábitos adquiridos pelo indivíduo enquanto membro de uma sociedade. Nesse sentido, há um leque muito amplo de assuntos que o Programa Ade!



pode abordar relacionados direta ou indiretamente à nossa comunidade, se propondo a cumprir as metas de um projeto de extensão, ou seja, associar o ensino e a pesquisa a serviço da sociedade'. (ROCHA, 2011)

Como um programa de importância à comunidade pontagrossense, não restrito às produções apenas no âmbito acadêmico, levando conhecimentos culturais locais através do meio televisivo (no caso a TVCOM-PG), a Agência de Jornalismo funciona como suporte para o desenvolvimento dessas atividades.

Nesta perspectiva, o projeto *Crítica de Ponta* é um outro espaço semanal produzido e editado por estudantes de Jornalismo, a partir da disciplina de Crítica de Mídia, que integra a grade escolar do segundo ano do Curso de graduação da UEPG. Lançado em março de 2009, o *Crítica de Ponta* publica a análise de produtos e serviços culturais e de mídia da cidade de Ponta Grossa. O blog é acessado pelo endereço www.criticadeponta.com/

A partir de março de 2011, o projeto também ganhou uma versão televisiva, produzida pelos próprios estudantes de Jornalismo. E, para viabilizar a iniciativa, o apoio da Agência de Jornalismo também se mostrou fundamental, em dois aspectos: por um lado, pelo fato de a Agência contar com uma estrutura mínima de produção em TV (como câmeras de captação de imagem e ilhas de edição) e, ao mesmo tempo, porque estudantes que atuam na Agência como bolsistas ou voluntários auxiliam os estudantes que passam a produzir o *Crítica de Ponta* na TV.

Com duração semanal média de 15 minutos, o *Crítica de Ponta na TV* é transmitido aos sábados, às 21 horas, com reprise aos domingos, no mesmo horário, na TVComPG, canal 96 da Net cabo local. A familiarização experimental, por parte dos estudantes, com produção televisiva, acontece assim já a partir do segundo ano de Jornalismo, com a produção, edição e apresentação do *Crítica de Ponta* em versão televisiva.

No campo da produção científica, é importante destacar a atuação da Agência de Jornalismo na edição da *Revista Internacional de Folkcomunicação*, com edição quadrimestral e sob responsabilidade da Rede de Estudos e Pesquisas Folkcom, em parceria com o Centro Folkcom de Pesquisas da UEPG e a Cátedra Unesco/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. A produção executiva do referido periódico tem acompanhamento cotidiano de um bolsista do projeto de extensão Agência UEPG, que auxilia no encaminhamento de textos para apreciação do conselho editorial, além das ações editoriais



para viabilizar a publicação quadrimestral como a gestão do site, atualização de layout e postagens de conteúdo, por exemplo.

E, neste aspecto, o Centro Folkcom de Pesquisas da UEPG também é um projeto parceiro, que interage na viabilização da Revista Folkcom. “Trata-se de uma iniciativa importante para os estudos em Folkcomunicação, ao mesmo tempo em que contribui com a formação dos estudantes envolvidos”, explica Kevin Furtado, que integra o Centro Folkcom de Pesquisas, foi bolsista de iniciação científica pela UEPG, é colaborador das atividades editoriais da *Revista Internacional de Folkcomunicação* e mestrando da UEPG.

Ao destacar algumas das principais ações realizadas pela Agência de Jornalismo, em sintonia com as atuais tendências e necessidades da formação superior em Jornalismo, entende-se que a iniciativa situa-se no campo do jornalismo comunitário e cidadão, na medida em que oportuniza o diálogo da Universidade com diferentes setores da sociedade.

Breves apontamentos sobre metodologia e avaliação do trabalho

As atividades da Agência de Jornalismo envolvem alunos e professores do curso, propiciando a troca de informações e o aperfeiçoamento da formação profissional em diferentes áreas. A Agência prevê a prestação de serviços nas áreas de assessoria de comunicação e produção jornalística em diversos formatos (áudio, vídeo, on-line ou impresso).

Na mesma dinâmica de valorização das iniciativas envolvendo a sociedade civil de Ponta Grossa, desde fevereiro/2010, o Projeto Agência de Jornalismo UEPG já apoiou ações como o *Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral* (MCCE/Comitê PG), auxiliou na organização do *Iº Fórum de Representação e Legitimidade Política dos Campos Gerais*, Ato Público em Defesa da Transparência Política e contra os ‘diários secretos’ na Assembleia Legislativa PR (realizado em 31/03/2010), manifestação de um ano sem diploma no Jornalismo Brasileiro (17/06/10), além do apoio ao Plebiscito pelo Limite da Propriedade da Terra (Fórum Reforma Agrária, realizado entre os dias 1º e 7/09/10), divulgação da *Marcha das Vadias* (agosto de 2012), dentre outras ações, sempre focadas no interesse público e coletivo de Ponta Grossa, Região e Brasil.

Desde novembro de 2010, também, a Agência de Jornalismo entrou no apoio e parceria no processo de instalação da TV Comunitária de Ponta Grossa, que opera no canal 96



da Net cabo na cidade. Tal apoio se traduziu na produção de spots e vinhetas institucionais à TV Com, em especial na edição de tais produtos para inserção institucional, bem como na produção do blog da emissora comunitária local (<http://tvcompg.wordpress.com>) e implementação das mídias sociais que complementam a divulgação da programação da TV, convergindo o leitor em telespectador, comunicador que interage seja por comentários, curtidas ou compartilhamentos. Isto tem conferido um caráter de proximidade do projeto de extensão que é a Agência ao público externo, fortalecendo um novo canal na cidade com programação alternativa em que a sociedade é a personagem principal.

A criação de um site do Curso de Jornalismo da UEPG (<http://www.jornalismouepg.net.br>) em 2012 e de um blog próprio da Agência (<http://blogdaagencia.blogspot.com>), a partir de abril de 2010, também impulsionaram a divulgação de ações em andamento, pois sempre que envolve apoio do Projeto, tais iniciativas recebem divulgação simultânea e imediata, junto aos referidos espaços, reforçando a visibilidade das atividades do Curso.

No próprio curso de Jornalismo toda a parte de organização e divulgação de eventos acadêmicos, incluindo elaboração da arte, produção de sites e anais e cobertura jornalística disponibilizada online, é realizada pela Agência. Entre eles, dá-se destaque para a Semana de Estudos em Comunicação da UEPG, *Seminário de Inverno de Jornalismo UEPG*, *X Conferência Brasileira de Folkcomunicação*, *Encontro Paranaense de Pesquisa em Jornalismo*, *II Encontro Paranaense de Rádios Comunitárias*, Ciclo de Estudos em Linguagem (Letras UEPG), dentre alguns eventos e iniciativas.

Outras parcerias internas importantes dizem respeito à Incubadora de Empreendimentos Solidários (IESOL), vídeo para a Biblioteca Central, documentário do Fenata (PROEX), diagramação do Jornal da UATI (Universidade Aberta da Terceira Idade), além de várias edições da *Revista Internacional de Folkcomunicação*, publicação científica com periodicidade quadrimestral produzida pela Agência em parceria com a Cátedra Unesco de Comunicação no Brasil e a Rede Brasileira de Pesquisadores em Folkcomunicação.

A principal dinâmica (metodológica) utilizada na Agência de Jornalismo decorre da identificação de demandas, ou procura, por parte de setores da sociedade civil organizada, que solicitam apoio para alguma atividade, iniciativa ou ação, na maioria das vezes para divulgar e dar visibilidade a seus respectivos trabalhos. A partir de pedidos encaminhados por



representantes de entidades e movimentos sociais, as atividades são avaliadas pelo grupo gestor da Agência e, em seguida, estudantes de Jornalismo desenvolvem tais ações, sob orientação de professores do Curso.

Para os estudantes, assessorar organizações não governamentais (mesmo que muitas vezes de forma esporádica) possibilita uma maior interação com necessidades sociais de mídia, tendo por base a importância de planejar e executar serviços ou produtos jornalísticos. Nesse sentido, há um aprendizado e resultado de propostas importantes no âmbito regional que vão além do ensino dentro de sala de aula.

As atividades são, em geral, produções midiáticas realizadas por alunos do curso (estagiários e bolsistas) para os movimentos sociais da cidade sem fins lucrativos, que não tem recursos para bancar uma assessoria midiática. Mas, além dessa assessoria promovida pela agência, há o papel orgânico do Projeto, em que participantes e voluntários se organizam para desenvolver eventos para tais entidades, além do que já é produzido como padrão – texto, releases, audiovisual, fotografias e divulgação em plataformas da rede – mídias sociais, sites, blogs.

O projeto, em certos aspectos, opera como espaço de intervenção técnica de produção editorial, na medida em que realiza atividades jornalísticas em mídia impressa, eletrônica ou digital, tais como a produção de jornais, cartazes, folder, vinheta ou documentário radiofônico, sites, dentre outros formatos em suportes variados, a partir de solicitações de setores comunitários.

As atividades da Agência de Jornalismo envolvem alunos e professores do curso, propiciando a troca de informações, o esclarecimento de dúvidas e o aperfeiçoamento da formação profissional em diferentes áreas. A Agência prevê a prestação de serviços nas áreas de assessoria de comunicação e produção jornalística nos meios impressos e eletrônicos.

O funcionamento da Agência de Jornalismo se dá da seguinte maneira: o solicitante (preferencialmente entidades filantrópicas, assistenciais, organizações não-governamentais, etc) solicita à Agência de Jornalismo um determinado tipo de trabalho jornalístico, de acordo com o formato e as características desejadas para atender determinada demanda de público e o tempo previsto para execução da atividade. Em seguida, é marcada uma reunião para o planejamento das atividades com os alunos e professores e a firmação de um contrato entre as partes envolvidas. Reúne-se um grupo de alunos, orientados por um ou mais professores, para

elaborar um planejamento das atividades. O curso de Jornalismo disponibiliza (gratuitamente) a estrutura laboratorial e os equipamentos necessários para a execução da proposta, assim como os recursos humanos envolvidos. A entidade solicitante fica responsável pelos custos de material de consumo e, quando necessário, pela busca de patrocínio junto à comunidade. As atividades são coordenadas por professores do curso, que podem oportunamente desenvolver oficinas, com o objetivo de qualificar os alunos integrantes do projeto.

Por fim, o projeto Agência de Jornalismo prevê ainda que a entidade solicitante avalie o trabalho realizado, servindo como um mecanismo para a consolidação e o aprimoramento das atividades; a análise do desenvolvimento do processo acontece de forma bilateral, levando-se em consideração a qualidade e a eficiência dos serviços prestados, num sistema auto-avaliativo.

Apontamentos conclusivos

O Projeto de extensão Agência de Jornalismo cumpre o princípio de indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, pois viabiliza a produção laboratorial ancorada na reflexão jornalística. As ações dialogam com atividades de ensino - a exemplo do programa de TV e blog *Crítica de Mídia*, que se realiza por meio da disciplina com o mesmo nome, contando com o apoio da Agência para sua produção -, uma vez que os conteúdos integrantes da grade curricular do Curso de Jornalismo convergem nas diversas ações promovidas pela Agência. O programa também se constitui como espaço de aprimoramento da formação profissional da área, contribuindo para a formação de estudantes capazes de atuar em diferentes áreas, como se exige em tempos de convergência tecnológica.

Observa-se ainda que a produção jornalística da Agência de Jornalismo UEPG está ancorada nos princípios de um jornalismo comunitário e cidadão, possibilitando que a extensão acadêmica cumpra um dos princípios básicos da Universidade pública, que consiste em dialogar com setores da sociedade e contribuir para uma maior inserção comunitária da instituição na cidade.

O projeto Agência de Jornalismo contempla ainda uma importante dimensão relacionada à pesquisa, que se manifesta no incentivo à produção acadêmica a partir da prática extensionista, com a produção de artigos para eventos científicos e periódicos especializados pela equipe do programa. Esta produção de conhecimento é fundamental para a análise e o



aprimoramento do projeto, bem como para a sistematização dos resultados das ações extensionistas.

Destaca-se ainda, no que se refere à pesquisa em Jornalismo, que a Agência de Jornalismo mantém atuação sistemática no campo da difusão científica ao produzir CD de anais de eventos acadêmicos (realizados anualmente na Universidade, em média quatro edições ao ano), além de editar a *Revista Internacional de Folkcomunicação* (on-line, com periodicidade quadrimestral), fortalecendo a interface entre pesquisa e extensão no Curso de Jornalismo da UEPG.

E, enfim, ao envolver estudantes de graduação e de pós-graduação na produção de materiais jornalísticos - que demandam levantamento minucioso de dados, como documentos em vídeo - para formatação editorial, a Agência também viabiliza, de modo concreto e constante, a execução de atividades que amarram a pesquisa e o aprendizado profissional através de práticas extensionistas na Universidade. E, oportuno destacar, os resultados desta produção são demandas de setores sociais - entidades, movimentos ou organizações sem fins lucrativos - que buscam na Universidade um apoio para dar visibilidade aos seus respectivos trabalhos e iniciativas.

E, para concluir, oportuno observar que o sistema avaliativo das ações do projeto considera uma relação com o público, em que a Agência de Jornalismo prevê avaliação sistemática de suas ações junto aos solicitantes dos serviços (entidades e movimentos sociais), por meio de ficha de avaliação e diálogo com os grupos parceiros. E, ao mesmo tempo, uma avaliação pela própria equipe de trabalho, pautada na análise dos serviços realizada pelas entidades parceiras do projeto, em que a equipe de execução analisa as produções coletivamente a partir de critérios como qualidade técnica, conteúdo e adequação aos princípios do jornalismo comunitário e cidadão, de modo a constituir um espaço pedagógico de aprendizado para a prática profissional.

Referências Bibliográficas

AGÊNCIA de Jornalismo UEPG. <http://www.uepg.br/agenciadejornalismo/> Acesso em 10 de março de 2013.

BAUMAN, Z. Modernidade líquida. São Paulo: Jorge Zahar Editores, 2001.



BLOG da Agência (de Jornalismo UEPG). <http://agenciauepg.blogspot.com.br/> Acesso em 10 de março de 2013.

CRÍTICA de Ponta. <http://criticadepona.wordpress.com/> Acesso em 10 de março de 2013.

CULTURA Plural. www.culturaplural.com.br/ Acesso em 10 de março de 2013.

GADINI, S.L. “Prática laboratorial e ensino pelas atividades de extensão na Agência de Jornalismo da UEPG”. In: **Revista Conexão**. Ponta Grossa: UEPG, 2009. Ed. 05. Pp: 55-60. disponível em <http://www.uepg.br/revistaconexao/revista/edicao05/09.pdf>

GADINI, S.L., CAMARGO, I. e WOITOWICZ, K.J. “Experiências de apoio, diálogo e interação com movimentos sociais na Agência de Jornalismo da UEPG”. Trabalho apresentado no **VIII Encontro Paranaense de Pesquisa em Jornalismo**, realizado em outubro de 2010, na UEPG. Ponta Grossa: UEPG, 2010.

FENAJ. “Programa Nacional de Estímulo à Qualidade da Formação em Jornalismo”. Disponível em www.fenaj.org.br/educacao/programa_qualidade_ensino_2004.pdf. Acesso em 07 de março de 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução: Susana Alexandria. 2. ed. - São Paulo: Aleph, 2009.

MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano. **Mídia cidadã, utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

NOGUEIRA, Maria das Dores Pimentel. **Políticas de extensão universitária brasileira**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

OLIVEIRA, Maria José da Costa (org.). **Comunicação Pública**. Campinas: Alínea, 2004.

OTTAVIANI, Edelcio; TOTORA, Silvana. Educação e extensão universitária. São Paulo: Paulinas, 2010.

RENÓ, Denis Porto. Jornalismo de bolso: a produção de notícias para a blogosfera a partir de telefones móveis. Revista TecCom Studies. Ano 1, jun 2011. Disponível em: <http://www.teccomstudies.com/numeros/revista-2/175-jornalismo-de-bolso-a-producao-de-noticias-para-a-blogosfera-a-partir-de-telefones-moveis?showall=1>. Acesso em: 10/10/2012

ROCHA, P. M “Proposta de Programa e/ou Projeto”. In: Artigo Pró Reitoria de Extensão e Projetos Culturais – Divisão de Extensão Universitária, UEPG 2011. Pp.1.

SOUZA, C. A., ROCHA, P.M. e GADINI, S. L. “A produção jornalística e a prática acadêmica na Agência de Jornalismo da UEPG”. In: **Revista Conexão UEPG**, Vol. 8, No 1 (2012). Pp: 22-31. Disponível em www.revistas2.uepg.br/index.php/conexao/article/viewFile/3916/2758