



## **Projeto de Extensão em Jornalismo e a preocupação com o exercício de cidadania<sup>1</sup>**

Angélica Szeremeta<sup>2</sup>  
Paula Melani Rocha<sup>3</sup>

### **Resumo**

O presente trabalho traz um relato sobre o projeto de Extensão Agência de Jornalismo da Universidade de Ponta Grossa e sua preocupação em desenvolver o exercício de cidadania. O projeto, que completa 10 anos em 2013, apóia ações de mídia, com ênfase em movimentos e entidades sociais sem fins lucrativos de Ponta Grossa e região, as quais não possuem condições e nem estrutura de produção midiática. São produções audiovisuais, digitais, elaboração de websites, cobertura fotográfica em eventos, material impresso para divulgação e registro, panfletos informativos, jornais impressos, além de auxílio organizacional em forma assessoria de comunicação. As atividades são produzidas por alunos, estagiários e voluntários, e conta com a coordenação e supervisão de seis professores do Departamento de Jornalismo da UEPG.

### **Palavras-chave**

Jornalismo; Agência de Jornalismo; Cidadania; Projeto de Extensão

### **Jornalismo e cidadania**

Agência de Jornalismo foi criada como projeto de extensão pelo professor do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa Sérgio Luiz Gadini, em 2003, com a preocupação de propiciar a participação dos alunos em atividades práticas e estreitar o contato entre a academia e a comunidade local e regional, atuando no campo social da cidade. O diferencial dessa respectiva iniciativa era seu caráter gratuito e disponível a toda comunidade, como aponta Gadini no primeiro relatório de atividades encaminhado à PROEX em 2003:

A proposta se destaca pelo caráter de prestação de serviços, sem qualquer remuneração. Os solicitantes, preferencialmente entidades sem fins lucrativos, ficam responsáveis unicamente pelo material de consumo, enquanto entidades que dispõem de recursos financeiros oferecem, além dos custos básicos para o desenvolvimento do material, algum tipo de equipamento para uso no curso de Jornalismo, em forma de doação (GADINI, 2003).

---

1 Trabalho apresentado na modalidade Relatos de Experiência na IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

2 Aluna do terceiro ano do curso de Jornalismo da UEPG e bolsista da Agência de Jornalismo, com bolsa de fomento da Fundação Araucária.

3 Professora Adjunta do mestrado e da graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), pesquisadora colaboradora do LabJor/UNICAMP. pmrocha@uepg.br

A produção é oferecida a todas as entidades e grupos que não requerem com o propósito para fins comerciais e sem visarem lucro, sendo assim, o objetivo principal de todas as produções é a divulgação de conteúdo de interesse público e dar maior visibilidade a temas que necessitam ser discutidos socialmente. Atualmente, participam da Agência, seis professores - o coordenador Sérgio Luiz Gadini, Carlos Alberto Sousa, Karina Janz Woitowicz, Marcelo Engel Bronoski, Paula Melani Rocha e Rafael Schoenherr, além de sete alunos bolsistas e sete alunos voluntários. Todos os alunos são supervisionados pelos professores responsáveis.

Para os americanos Kovach e Rosenstiel (2004, p.31), o jornalismo tem obrigação com a cidadania e a sua primeira lealdade é com os cidadãos. “A imprensa funciona como guardião, tira as pessoas da letargia e oferece uma voz aos esquecidos”. Nesse sentido, a Agência de Jornalismo vem ampliando durante esses 10 anos a inserção tendo como parâmetro as demandas de informação de diversos setores da comunidade e o compromisso com o exercício de cidadania.

Segundo análise dos dados levantados nos relatórios finais e parciais encaminhados à Pro-Reitoria de Extensão (Proex) nos anos de 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012, a partir do 2º semestre de 2003 a dezembro de 2012, foram estabelecidas cinco categorias de atividades realizadas pela Agência de Jornalismo:

- Impressos - Material para divulgação (folders, jornais impressos, revistas, livros reportagens)
- Audiovisual - Documentários, vinhetas e vídeos institucionais.
- Registro em arquivo digital - Registro Fotográfico e Anais de eventos,
- Comunicação Organizacional - assessoria em eventos.
- Plataforma web - sites e blogs.

Os dados foram sistematizados em cinco tabelas, de acordo com as categorias.

Tabela 1. Impressos (2003 a 2012)

Folders/ cartazes	Jornais Impressos	Livros-reportagens	Revistas
29	7	2	1

Fonte: “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2003 ao 1º semestre de 2005; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2005 ao 1 semestre de 2007. “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2007 à 2009. “Relatório final” 2010 à 2011; “Relatório final” 2012.

Tabela 2. Audio-visual (2003 a 2012)

Documentários	Vinhetas	Vídeo institucional
21	25 para Tv 2 para rádio	22

Fonte: “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2003 ao 1º semestre de 2005; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2005 ao 1 semestre de 2007. “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2007 à 2009. “Relatório final” 2010 à 2011; “Relatório final” 2012.

Tabela 3. Registro em arquivo digital (2003 a 2012)

Anais de eventos	Acervo fotográfico
15	4

Fonte: “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2003 ao 1º semestre de 2005; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2005 ao 1 semestre de 2007. “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2007 à 2009. “Relatório final” 2010 à 2011; “Relatório final” 2012.

Tabela 4. Comunicação organizacional (2003 a 2012)

Assessoria e organização em eventos
24

Fonte: “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2003 ao 1º semestre de 2005; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2005 ao 1 semestre de 2007. “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2007 à 2009. “Relatório final” 2010 à 2011; “Relatório final” 2012.

Tabela 5. Plataforma web (2003 à 2012)

Sites	Blogs	Revista Internacional de Folkcomunicação
8	1	16

Fonte: “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2003 ao 1º semestre de 2005; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2005 ao 1 semestre de 2007. “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2007 à 2009. “Relatório final” 2010 à 2011; “Relatório final” 2012.

## 10 anos de Agência: Análise dos dados

No segundo semestre de 2003, quando a Agência de Jornalismo teve início, foram constatadas apenas duas produções, uma audiovisual e uma impressa. Já em 2006, foram seis produções audiovisuais, dois registros em arquivos digitais, dois apoios organizacionais, e duas produções para web, totalizando a quantia de 12 demandas atendidas. No ano de 2009, a Agência de Jornalismo registrou a marca de 36 demandas realizadas, sendo 14 produções audiovisuais, três registros em arquivos digitais, seis apoios organizacionais, três produções para web e 11 materiais impressos. E, no ano de 2012, o projeto atendeu 48 demandas atendidas, sendo 23 audiovisuais, 2 registros em arquivos digitais, apoios organizacionais, 6 produções para web e 7 materiais impressos.

A solicitação chega até o projeto Agência via ofícios oriundos de setores da sociedade civil, ou de setores internos à UEPG. O espaço físico do projeto encontra-se, atualmente, no Departamento de Jornalismo (DeJor) da Universidade. No pedido feito, são especificadas as demandas, segundo as necessidades de cada uma, como formato (material para divulgação como folders, jornais impressos, revistas, livros reportagens, documentários, vinhetas e vídeos institucionais, registro fotográfico, anais de eventos, assessoria em eventos, sites e blogs), quantidade e prazo para entrega.

A aprovação ou não para executar a demanda é feita mensalmente, durante as reuniões do projeto, nas quais professores coordenadores, bolsistas e voluntários discutem a viabilidade da solicitação e sua aderência ao projeto. Quando aprovada é estipulado prazo determinado para entrega. Em todo o desenvolvimento da solicitação, independente do formato, o professor acompanha periodicamente a produção do material.

Após a entrega da produção para o setor solicitante, o projeto Agência encaminha uma ficha avaliativa composta pelas seguintes perguntas:

1. As atividades desenvolvidas no projeto corresponderam às suas expectativas?
2. O projeto deve sofrer alguma alteração, para melhor atendê-los?
3. Quais outras ações que você gostaria que fossem desenvolvidas?
4. Você participaria novamente do projeto?
5. As atividades desenvolvidas foram ao encontro com a realidade da população?
6. Dê sugestões.

A ficha avaliativa é entregue em anexo ao relatório final, encaminhado à Pró-Reitoria de Extensão e Projetos Culturais da UEPG (Proex). Este método serve para aferir o desempenho do projeto pela comunidade e para subsidiar possíveis alterações, se assim

houver necessidade auxiliando no processo ensino-aprendizagem. Obrigatoriamente, a ficha deve ser preenchida por pelo menos cinco entidades atendidas pela Agência.

Pode-se afirmar, a partir dos dados obtidos, que a Agência de Jornalismo vem conseguindo atender um número cada vez maior de demandas. Nota-se também que a maior quantidade da produção pertence ao segmento audiovisual. É válido ressaltar que as demandas audiovisuais são veiculadas da TC Comunitária (TV Com), canal 96 da TV a cabo, desde 2010, quando a Agência de Jornalismo firmou uma parceria com a TV Com. Isso se deve também ao fato das transformações que o processo comunicacional passou nestes últimos dez anos. A produção e a veiculação do audiovisual, com recursos digitais, são muito mais acessíveis financeiramente do que quando se utilizava câmeras para captação com fita betacam e edição analógica. A qualidade visual também é melhor. Assim, a tecnologia vem favorecendo a comunicação e propiciando aos alunos de graduação terem acesso ao processo de produção e edição de audiovisual em um projeto de extensão. O saber imerso na prática como aponta Fidalgo (2008) é tão importante quanto a teoria na formação do profissional jornalista.

O autor argumenta sobre a importância da prática na aprendizagem do jornalismo, não apenas como um conjunto de técnicas mecânicas que reproduzem atividades passadas, mas como um “saber profissional” com dimensões reflexivas.

(...) um tipo de trabalho “técnico-intelectual”, que vai para além de uma mera lógica “técnico-instrumental” (CARIA, 2005 p.198). E isto por três motivos essenciais: (1) nesta acção profissional estão inscritos também “valores e orientações morais” que fazem com que os critérios de interação com “o outro” não sejam desvalorizados; (2) os conhecimentos mobilizados não são uma mera aplicação da ciência adquirida em educação formal prévia e, pelo contrário, obrigam a “operações sócio-cognitivas de recontextualização profissional do conhecimento”; e (3) a autonomia no contexto de trabalho implica o “desenvolvimento de uma reflexividade profissional própria” que saiba lidar com a incerteza e a singularidade das situações (FIDALGO, 2008, p.14).

O ensino em extensão realizado pela Agência de Jornalismo possibilita aos alunos a vivência com diferentes fontes relacionadas a entidades filantrópicas, organizações não-governamentais e movimentos populares e a prática do exercício de cidadania. Entre o material produzido estão: vinhetas sobre a importância da reciclagem de lixo, doação de sangue e o movimento social Marcha das Vadias; documentário sobre o movimento do transporte urbano e os perigos do crack; material de divulgação do evento em comemoração à Abolição da Escravatura promovido pela Sociedade Afro-Brasileira Cacique Pena Branca;

realização de entrevistas sobre os 50 anos de História do Hospital Bom Jesus. Atividades como essas possibilitam aos alunos vivenciarem as especificidades dos veículos e formatos de linguagem presentes no processo comunicacional, além de acompanhar, com algumas restrições, os avanços do processo comunicacional oriundos da sociedade digital (CASTELL, 2003) e do advento da tecnologia, além de estabelecer contato com a comunidade de Ponta Grossa e região.

O acadêmico do 3º de Jornalismo da UEPG, Rubens Anater, participa desde dezembro de 2011 como bolsista no projeto, no Núcleo Audiovisual (vinhetas, documentários, vídeos institucionais e cobertura de eventos). Para o estudante, a Agência de Jornalismo se prova importante para a formação do acadêmico ao possibilitar sua interação com o processo jornalístico.

“Além disso, o projeto possibilita uma integração do curso com entidades da sociedade civil organizada. Tal integração se converte em experiência para os acadêmicos e produções importantes para a sociedade”. (ANATER, Rubens; 2013)

O espaço dá oportunidade aos alunos desde o ingresso na Universidade. A acadêmica do 1º ano do curso de Jornalismo da UEPG, Georgia Prestes, que atua como voluntária na produção do material audiovisual, desde março de 2013, aponta que participar da execução destas demandas auxiliam no aprendizado do aluno, além de abrir relações com a comunidade.

“Vejo a grande importância de ser voluntária na agência, mesmo estando ainda no primeiro ano do curso de Jornalismo. Pois desde já tenho contato com a prática jornalística. Essa prestação de serviço para a comunidade nos insere no campo de ação social, nos envolvendo com o material que devemos produzir e isso torna-se uma experiência única, com a certeza de que isso vai me ajudar, também, em meu aperfeiçoamento profissional”. (PRESTES, Georgia; 2013)

## **Conclusões**

Frente aos dados levantados nos relatórios, conclui-se que a Agência de Jornalismo realizou durante quase os 10 anos de atuação no cenário comunicacional gratuito de Ponta Grossa e região a quantia total de 177 demandas, sempre envolvendo alunos bolsistas e voluntários e testando diferentes linguagens, formatos e veículos. Em 2009, 15 acadêmicos, entre bolsistas e voluntários, se envolveram no projeto. O interessante é que nesses dez anos de projetos, as atividades tanto produzidas pelos alunos quanto a demanda aumentaram 24 vezes o que espelha as repercussões desse projeto de extensão tanto na comunidade como no

ambiente acadêmico. Podemos assim dizer, que Agência de Jornalismo atua no campo da cidadania, suprimindo as demandas oriundas da sociedade civil de forma gratuita, aberta a toda a comunidade e organizações sem viés político partidário, provendo através da ação de extensão a capacidade de promover a comunicação dentro de setores que não teriam condições de executá-la sem apoio financeiro externo ao movimento ou instituição.

## Referencias

CASTELLS, Manuel. A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. (2003)

FIDALGO, Joaquim. **Jornalistas e saberes profissionais**. Trabalho apresentado no I Colóquio Brasil-Portugal de Ciências da Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, 2008. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0452-1.pdf>

GADINI; Sérgio Luiz. **“Proposta de projeto”** In:Pró Reitoria de Extensão e Projetos Culturais – Divisão de Extensão Universitária. p.1. Ponta Grossa, UEPG, 2003.

KOVACH, BILL; ROSENSTIEL, TOM. Os elementos do Jornalismo. O que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

“Formulário do relatório de prestação de serviços” In:Pró Reitoria de Extensão e Projetos Culturais – Divisão de Extensão Universitária. Ponta Grossa, UEPG. 2º semestre de 2003 ao 1º semestre de 2005.

“Formulário do relatório de prestação de serviços” In:Pró Reitoria de Extensão e Projetos Culturais – Divisão de Extensão Universitária. Ponta Grossa, UEPG. 2º semestre de 2005 ao 1º semestre de 2007.

“Formulário do relatório de prestação de serviços” In:Pró Reitoria de Extensão e Projetos Culturais – Divisão de Extensão Universitária. Ponta Grossa, UEPG. 2º semestre de 2007 à 2009.

“Relatório final” In:Pró Reitoria de Extensão e Projetos Culturais – Divisão de Extensão Universitária. Ponta Grossa, UEPG. 2010 à 2011.

“Relatório final” In:Pró Reitoria de Extensão e Projetos Culturais – Divisão de Extensão Universitária. Ponta Grossa, UEPG. 2012.

Entrevista concedida pela acadêmica de Jornalismo da UEPG Georgia Prestes no dia 20 de Maio de 2013 na Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Entrevista concedida pelo acadêmico de Jornalismo da UEPG Rubens Anater no dia 21 de Maio de 2013 na Universidade Estadual de Ponta Grossa.