ÁREA TEMÁTICA: COMUNICAÇÃO

AGÊNCIA DE JORNALISMO[1] COMO ESPAÇO DE PRODUÇÃO VOLTADA À SOCIEDADE CIVIL

FARIA FILHO, Rômulo Madureira[2]
SALUSTIANO, André[3]
GADINI, Sérgio Luiz Gadini[4]

Resumo: A experiência da Agência de Jornalismo da UEPG, a partir de sua área de abrangência (Campos Gerais do Paraná), indica um trabalho de aproximação da Universidade com a comunidade, que visa conciliar as práticas de ensino e extensão. O projeto busca criar um espaço de intervenção técnica de produção editorial, seja pela realização de atividades jornalísticas em mídia impressa, eletrônica ou digital, tais como a produção de jornais, folder, vinheta ou documentário televisivo, sites, dentre outros formatos em suportes variados, a partir de solicitações da comunidade. Nos estudantes que participam dos projetos encampados pela Agência de Jornalismo, o projeto visa criar ou aprimorar o senso crítico e a reflexão acerca da profissão de jornalista, afim de que estes no futuro, após a formação universitária, consigam executar seu trabalho de forma mais humana, com maior atenção às necessidades sociais de determinada comunidade. Hoje, contando com dois estagiários, além de material técnico mais apropriado, é possível fazer uma análise empírica dos anos e trabalhos decorridos, detectar as melhores formas de produção neste segmento e, assim melhorar o atendimento nos próximos serviços prestados. A Agência também cumpre com uma das funções vitais da Universidade Pública: atender prioritariamente entidades sociais sem fins lucrativos, através da oferta de produtos, serviços ou ações, em sintonia com as demandas de informação de grupos, organizações e entidades sociais.

Palavras-chave: Produção jornalística; interação comunitária; demanda social.

Introdução

A primeira regulamentação brasileira da universidade (o Estatuto, pelo Decreto no 19.851, de 11/04/31) já faz referência à Extensão, como “realização de cursos e conferências” para difundir conhecimentos válidos ao cotidiano dos setores da população atingidos pelos respectivos serviços. Mesmo que restrita ao conceito de 'eventos', pode-se dizer que a instituição da universidade brasileira surge associada à prática de extensão. E, pois, não é lenda ou por acaso que se habituou a pensar que a universidade se sustenta no eixo ensino/pesquisa/extensão.

O tempo passa e, até a década de 1950, pode-se dizer que a extensão universitária se mantém pela definição inicial dos anos 1930. A concepção vigente é a expressa pelo surgimento da Universidade de São Paulo: “a Extensão como instrumento de difusão de conhecimentos úteis à vida individual e coletiva, de popularização das ciências, das letras e das artes, por meio de cursos reduzidos, palestras, radiodifusão, filmes científicos e congêneres, não dirigidos à totalidade da sociedade”. É o que explica o documento do Fórum Nacional de Extensão e Ação Comunitária das Universidades e Instituições de Ensino Superior Comunitárias (2001).

Nos anos 1960, quando a sociedade 'ensaia' inúmeras tentativas de organização e mobilização popular (vide Master, UNE, CPC e afins), no entorno de 'reformas sociais' possíveis, e não menos polêmicas, as iniciativas de extensão universitária levam estudantes e professores (mesmo que poucos) às regiões periféricas do país, seja no meio rural ou na crescente favelização das grandes e médias cidades. Vale ponderar que, no período do Golpe militar, as estatísticas indicavam que de cada 4 vagas

---

[1] A *Agência de Jornalismo* é um Projeto de Extensão da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), que funciona junto ao Departamento de Comunicação/Curso de Jornalismo, no Campus Central da Universidade.

[2] Rômulo Madureira Faria Filho, acadêmico do 3º ano de Jornalismo, rmfff@hotmail.com

[3] André Luis Salustiano, acadêmico do 3º de Jornalismo, alsalustiano@hotmail.com

[4] Sérgio Luiz Gadini professor, coordenador do Projeto de Extensão Agência de Jornalismo UEPG, sergiogadini@yahoo.com.br.

no ensino superior, 3 estavam em universidades públicas. Tal fator impulsionava ações que, já (ou ainda?), buscavam integrar ensino/pesquisa/extensão.

É, aliás, neste contexto que o “clima” de formação profissional crítica na universidade está diretamente associado aos movimentos que, após o Golpe, vão entornar ações e tentativas de resistência às práticas de totalitarismo e controle pela baioneta ou, pior, pela tortura. A extensão, aí, tem um sentido bem mais ‘social’ do que muitos, hoje, ousariam pensar quando se tenta atribuir às ações extensionistas um caráter meramente assistencialista e pouco crítico.

O que mudou, portanto, nas práticas históricas da extensão universitária? Este é um oportuno, e fascinante, tema para outro texto. Por ora, vale ficar na proposta deste artigo, que se propõe a relatar uma experiência de prática extensionista comprometida com a defesa da cidadania.

Ao discutir o papel da extensão, o documento do Fórum Nacional de Extensão e Ação Comunitária das Universidades e Instituições de Ensino Superior Comunitárias (2001) é esclarecedor:

> A universidade, enquanto principal organização social ligada com a produção do conhecimento científico, é, também, o principal operador coletivo das relações entre ciência e sociedade. Compete à universidade criar as condições para que a comunidade científica possa refletir sobre os custos e os benefícios sociais que o progresso do conhecimento acarretou para as comunidades distantes do núcleo de produção do conhecimento. (2001)

Mais que um compromisso – no sentido moderno da expressão – interessa pensar formas de ‘situar’ os estudantes na realidade social do País, desafiando-os a pensar ou questionar o perfil de sua (futura) atuação profissional em sintonia com demandas sociais públicas. E aí reside um outro desafio: diferenciar, sempre, ‘demanda social pública’ de ‘demanda de mercado’. Afinal, nem tudo o que interessa à sociedade é de interesse mercantil e, da mesma forma, muito do que impulsiona as iniciativas de mercado em nada coincidem com os problemas ou demandas sociais.

O que o projeto de extensão Agência de Jornalismo UEPG tem a ver com isso? Para além de pensar formas de situar os estudantes que participam das atividades de produção jornalística através da Agência, busca-se atender, pelo envolvimento voluntário dos estudantes, demandas emergenciais de setores da sociedade civil que, com freqüência, buscam apoio, ajuda ou parceria na área de mídia, a partir do Curso de Comunicação Social e, particularmente, pela Agência de Jornalismo.

Objetivos

A proposta surgiu, a partir de um grupo de professores de Jornalismo da UEPG, no segundo semestre de 2003[5], buscando conciliar três objetivos básicos: suprir uma carência técnica de estrutura laboratorial (situação típica das universidades públicas brasileiras, em especial na área de Comunicação Social), necessidade crescente de envolver professores e estudantes (muitos dos quais provenientes de outros municípios e estados do País) na realidade local e, também, possibilitar uma efetiva realização operacional do eixo que articula as práticas de ensino à experiência extensionista, contribuindo para a qualidade da formação acadêmica.

Logo que a proposta foi lançada (à comunidade), começam a surgir as iniciativas por parcerias. Eram, basicamente, entidades sociais sem fins lucrativos – associações, escolas, ou organizações -, além de setores da administração pública, ou ainda grupos da própria Universidade, que passaram a ver na Agência um espaço possível para desenvolver alguns projetos que envolvem ações de mídia.

Importante lembrar que, até o final de 2005, o projeto funcionou na absoluta articulação voluntária de estudantes e professores, sem contar ao menos com um estagiário e tampouco com estrutura laboratorial própria (seja telefone, computador, etc). Assim, as ações eram desenvolvidas entre intervalos ou espaços possíveis dos 'vazios' de agenda dos laboratórios de ensino do Curso de Jornalismo da UEPG (rádio, fotojornalismo, TV ou redação impressa).

[5] A versão inicial do projeto (Agência de Jornalismo UEPG) foi elaborada por Patrícia Moreli Teixeira Laaberg, em 2003. Posteriormente, o projeto ficou sob coordenação de Karina Janz Woitowicz, no período entre março de 2004 e março de 2006. A partir de então, está sob coordenação de Sérgio Luiz Gadini.

Metodologia

Tal situação vai, gradualmente, mudando, na medida em que, a partir de março de 2006, a Agência de Jornalismo passa a contar com um estagiário administrativo (com 20 horas semanais) e um espaço próprio com um mínimo de estrutura funcional (computador, impressora e telefone). Situação precária, ainda, é lógico! Mas, sem dúvida, já diferente da situação inicial, em que os professores e estudantes que criaram o projeto e ‘tocaram’ até o final de 2005, não contavam para realizar as atividades que vinham como demanda dos grupos, movimentos ou entidades sociais.

Ao apresentar o mesmo projeto, ainda com a experiência inicial, a então coordenadora (Karina Janz Woitowicz), explica a proposta da seguinte forma, em 2005: “um projeto que dialoga com uma perspectiva social, diferenciando-se da estrutura e do funcionamento da maioria das agências implantadas nas escolas de Comunicação do País”. Por isso, continua:

> A proposta, que não tem o caráter de ineditismo, pode, entretanto, dar algumas pistas da forma como se compreende os espaços de produção laboratorial extra-sala de aula, de modo a experimentar atividades práticas de jornalismo e novas formas de compreender e executar produtos em comunicação, tendo como parâmetro os interesses e necessidades de variados grupos, entidades, instituições e setores no município (WOITOWICZ, 2004).

O debate em torno do conceito de extensão, por isso mesmo, não pode ser entendido “como assistencialismo, mas como uma atividade social da Universidade”. Tal atividade – diz Karina Woitowicz (2004) - pode ser desenvolvida através da busca por parcerias para implementar determinadas ações. E, aí, uma outra característica da Agência de Jornalismo, que precisa ficar bem clara, pois o projeto presta serviços, produz e atende demandas sociais:

> Não se pode conceber extensão como uma atividade lucrativa, medida de acordo com algum tipo de retorno financeiro para compensar o total descaso das políticas públicas ligadas à educação. No caso da Agência de Jornalismo, a escolha de parcerias para implantar ações de comunicação se deu a partir de entidades sem fins lucrativos, filantrópicas, assistenciais, organizações não-governamentais e demais setores da sociedade em que o jornalismo poderia cumprir um tipo de atuação social (WOITOWICZ, 2004).

Resultados/Conclusões

Pela experiência que o projeto propiciou, ao menos até o momento, pode-se dizer que se trata de um espaço de interação, onde os estudantes que se envolvem com as ações e demandas comunitárias – seja jornal eventual, produção de documentário televisivo, vinheta para rádio, site, folder ou cobertura de evento para as entidades que procuram apoio da Agência de Jornalismo –, ao seu modo, também acabam tendo (mais) uma oportunidade de produção laboratorial. Neste caso, sintonizada com setores que mantém ações sem interesses comerciais, o que permite conhecer outras situações da complexa realidade social que cerca a universidade pública. Tal ‘aprendizado’ se torna, pois, um desafio ao Projeto e também aos professores que, hoje, vêem a iniciativa como algo praticamente integrado ao cotidiano do Curso de Jornalismo e do Departamento de Comunicação. Em outros termos, trata-se de uma prática extensionista que ‘joga’ a Universidade para fora de si... mas, acima de tudo, para ‘dentro’ da sociedade, com suas contradições, demandas, limites e desafios.

Referências:

A EXTENSÃO como Prática da Responsabilidade Social e como Objeto da Avaliação Externa. www.abmes.org.br/_download/Associados/Seminarios/2006/03_15_Responsabilidade_Social/Jorge_Onoda.doc. Acesso em 01/10/2008.

A EXTENSÃO e ação comunitária: *Contribuição das Universidades e IES Comunitárias para um Plano Nacional de Extensão*. Recife: Fórum Nacional de Extensão e Ação Comunitária das

Universidades e Instituições de Ensino Superior Comunitárias, 11/outubro de 2001. In: http://www.unimep.br/extensao-comunitarias. Acesso em 01/10/2008.

WOITOWICZ, Karina Janz. **Agência de Jornalismo da UEPG: Uma proposta de produção laboratorial e envolvimento com a comunidade.** *Revista Expressa Extensão*. Vol. 9, n. 2, dezembro de 2004.

NOGUEIRA, Maria das Dores Pimentel. ***Extensão Universitária Brasileira*.** www.prac.ufpb.br/anais/Icbeu_anais/anais/conferencias/mariadasdores.pp. Acesso em 01/10/2008.

PROPOSTA do ANDES-SN para a Universidade Brasileira. *Cadernos 2*. Edição atualizada e revisada. Brasília/DF: ANDES/SN, 2003. www.andes.org.br/caderno2_andes.pdf. Acesso em 01/10/2008.