

**ÁREA TEMÁTICA:**

- (X) COMUNICAÇÃO  
 ( ) CULTURA  
 ( ) DIREITOS HUMANOS E JUSTIÇA  
 ( ) EDUCAÇÃO  
 ( ) MEIO AMBIENTE  
 ( ) SAÚDE  
 ( ) TRABALHO  
 ( ) TECNOLOGIA

## O PAPEL DA AGÊNCIA DE JORNALISMO DA UEPG NO FOMENTO À PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS INSTITUCIONAIS NA WEB

**Bianca Ivone Machado (bianca.imachado\_@hotmail.com)**

**Rafaella Ribeiro Feola (rafa.feola@gmail.com)**

**Karina Janz Woitowicz (karinajw@gmail.com)**

**Sérgio Luiz Gadini (sergiogadini@yahoo.com.br)**

RESUMO – O presente trabalho visa discutir alguns dos assuntos mais pautados nas notícias publicadas no site do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), mantido pelo projeto Agência de Jornalismo, disponível no endereço [www.jornalismouepg.net.br](http://www.jornalismouepg.net.br). Foram analisados e coletados dados referentes às notícias veiculadas no site desde a sua criação, em novembro de 2012, até março de 2014. As notícias foram divididas em sete grandes categorias: Eventos, Ensino, Centro Acadêmico, Extensão, Pesquisa, Produtos e Outros, que concentram a maior quantidade de publicações. A partir dos resultados obtidos na coleta, foram feitas análises e relações com os conceitos de webjornalismo e *agenda setting* (teoria do agendamento), de modo a refletir sobre as dinâmicas de produção jornalística e as contribuições do projeto Agência de Jornalismo na formação profissional na área.

PALAVRAS-CHAVE – Extensão Universitária. Produção Jornalística. Webjornalismo.

### Introdução

O projeto de extensão Agência de Jornalismo, existente desde o ano de 2003 na Universidade Estadual de Ponta Grossa, se propõe a realizar serviços e produtos jornalísticos voltados às necessidades de informação da comunidade local e setores da sociedade civil, buscando desenvolver uma prática jornalística comprometida com os interesses sociais. Busca, ainda, oportunizar aos acadêmicos envolvidos a prática jornalística em diferentes áreas, de modo a contribuir para o aperfeiçoamento da formação profissional em Jornalismo.

A Agência de Jornalismo está estruturada em três núcleos de atuação (Núcleo de Produção Jornalística, Núcleo de Produção Audiovisual e Núcleo de Divulgação Científica), que concentram as principais atividades realizadas por meio do projeto. Entre elas, destaca-se no presente artigo a produção jornalística para a internet, viabilizada por meio da manutenção de um espaço regular de veiculação de notícias referentes às ações do curso de Jornalismo, disponível no site [www.jornalismouepg.net.br](http://www.jornalismouepg.net.br).

Para a realização desta produção, a Agência de Jornalismo mantém uma equipe de estudantes (bolsistas e voluntárias), coordenada por professores, que se compromete a levantar pautas, produzir conteúdos em diferentes suportes e veicular a produção por meio do site. Assim, cumpre-se com o propósito de oportunizar o contato com a prática jornalística aos estudantes, qualificando a produção em todas as etapas de formação profissional.

A produção de notícias e reportagens para a web prevê uma factualidade maior do que para outros veículos de mídia como, por exemplo, jornais impressos. O webjornalismo se apresenta como capaz de colocar o indivíduo em contato direto com os acontecimentos, como afirma Edson Fernando Dalmonete (2009), em *Pensar o discurso no webjornalismo: temporalidade, paratexto e comunidades de experiências*.

Em comparação às estruturas rígidas de grades de horários que restringem a apresentação do material jornalístico, como no rádio e televisão [...], ou no impresso, a notícia na web não tem restrição temporal, podendo ser disponibilizada e acessada a qualquer instante. (DALMONTE, 2009)

Pensando nisso, o site do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), criado no final de 2012, mantém atualização diária desde maio de 2013. As notícias postadas são referentes aos eventos, novidades, projetos e produtos realizados no âmbito do Departamento.

Neste artigo, pretende-se analisar a produção jornalística desenvolvida para o site, verificando quais os assuntos mais abordados nas notícias veiculadas no site, de modo a observar aspectos da dinâmica de produção e do processo de seleção de pautas realizados por meio do projeto Agência de Jornalismo.

## **Objetivos**

O levantamento realizado tem como objetivo verificar quais são os assuntos mais publicados no site, a partir de categorias previamente definidas. A pesquisa tem como finalidade identificar quais são as temáticas mais pautadas na página, pois o processo de produção da notícia é um elemento importante para a construção do estudo jornalístico. A pauta é uma orientação que indica como a notícia será feita, apontado enfoque, possíveis fontes e até mesmo a foto complementar ao texto, de modo a guiar a estruturação da notícia.

O site ([www.jornalismouepg.net.br](http://www.jornalismouepg.net.br)) tem como objetivo divulgar as ações e fatos que envolvem o Curso de Jornalismo, além de proporcionar o maior estreitamento com o Webjornalismo, aprimorando o processo de formação jornalística.

## Referencial teórico-metodológico

Este artigo está estreitamente ligado aos debates em torno da prática jornalística, pois por meio da coleta de dados analisa a seleção de pautas realizada pela equipe de produção de notícias da Agência de Jornalismo. A avaliação do site e o número de postagens verificado permite analisar o site a partir de uma teoria da comunicação amplamente utilizada em estudos sobre critérios de agendamento temático, a hipótese do *agenda setting*.

Segundo esta teoria, a mídia determina a visibilidade de determinados assuntos a partir de escolhas que visam selecionar certos temas e preterir ou ignorar outros tantos. Ainda que a teoria se aplique aos meios de comunicação que integram o mercado na área, pode-se aproximar algumas reflexões para compreender as lógicas que interferem nas escolhas realizadas para a cobertura dos fatos no âmbito do Curso. Contudo, entende-se que os critérios de seleção adotados pela equipe de redação devem ser relativizados em função das condições de cobertura noticiosa, limites técnicos e humanos para realização da produção jornalística.

Nos dados observados no levantamento do site do Curso de Jornalismo, pode-se notar que os temas de destaque estão da categoria Eventos, o que confirma a intenção da equipe em despertar o interesse do público em questão para iniciativas realizadas pelo curso.

Para a teoria do agendamento, a mídia aponta quais os temas serão considerados de interesse coletivo. A teoria ainda sustenta que a agenda midiática interfere na agenda pública, como afirma Clóvis de Barros Filho (2001, p. 169): “É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá”.

A teoria do agendamento aponta para reflexões a respeito da escolha de pautas que servem também para discutir, no Curso de Jornalismo, a produção de notícias para o site. Soma-se a esta reflexão os aspectos que se referem à prática do jornalismo on-line, que demanda uma relação diferenciada com o tempo e o espaço. É o que observa Beatriz Ribas (2004) sobre a relação com a factualidade do mundo real, no artigo “Características da notícia na Web - considerações sobre modelos narrativos”.

Acompanhar um determinado acontecimento em tempo real é estar diretamente conectado, através da Web, ao jornalista que está presente no lugar do acontecimento, e receber a cada instante o desenvolvimento dos fatos. (RIBAS, 2004).

A dinâmica do Webjornalismo, no caso em questão, permite aproximar os estudantes da prática profissional, oferecendo condições para realizar escolhas que envolvem

a pauta, a redação, a edição e demais aspectos da produção jornalística para o site, conforme se observa nos dados a seguir.

## Resultados

Na imagem que segue, apresentamos a estrutura de conteúdo do site do Curso de Jornalismo, objeto do presente trabalho. Observa-se que o espaço principal destaca a notícia do dia e, abaixo, ficam disponíveis outras matérias anteriores. No menu, constam informações sobre estrutura administrativa, atividades de ensino, de pesquisa e de extensão, bem como informações sobre eventos e links para projetos e produções laboratoriais do Curso.

**Figura 1 – Imagem da página principal do site**



Fonte: Site do Departamento de Jornalismo UEPG ([www.jornalismouepg.net.br](http://www.jornalismouepg.net.br))

Para a construção do artigo, foram selecionadas as categorias que possuem maior frequência de postagem de notícias. Sete categorias foram selecionadas: Eventos, Ensino, Centro Acadêmico, Extensão, Pesquisa, Produtos e Outros. Eventos refere-se a todas as atividades realizadas dentro do curso, como palestras, painéis expositivos, debates, semanas acadêmicas, entre outros. Em Ensino estão situadas as notícias sobre a Graduação e Mestrado em Jornalismo. Na categoria Centro Acadêmico encontram-se textos referentes ao movimento estudantil dentro do curso. Em Extensão, são publicadas notícias sobre os projetos

extensionistas da graduação. Pesquisa contém publicações referentes a atividades de Iniciação Científica e demais ações de pesquisa desenvolvidas no Curso. Em Produtos são feitas notícias a respeito das práticas laboratoriais. Por último, na categoria Outros há a reunião de textos sobre atividades diversificadas que o departamento apoia.

Desde a criação do site do curso de Jornalismo da UEPG em 2012, foram publicados 248 textos até março de 2014. Segue na Tabela 1 o número de textos referente às categorias de maior publicação.

**Tabela 1 – Número de textos publicados em cada categoria**

<b>Categoria</b>	<b>Textos publicados</b>
Eventos	90
Ensino	60
Centro Acadêmico	6
Extensão	40
Pesquisa	10
Produtos	31
Outros	11

Fonte: Autores, 2014.

Com base na análise foi encontrado como resultado os assuntos mais e também menos pautados pelo site. O levantamento está baseado na produção para a página durante dois anos, no período de 2012 até março de 2014, em que a categoria que se sobressair, totalizando 90 textos, é Eventos. O destaque de textos sobre eventos se justifica pela quantidade de eventos que o curso de Jornalismo realiza, seja como proponente ou como instituição parceira.

A partir dos dados recolhidos foi constatado que a categoria menos pautada foi Centro Acadêmico, totalizando apenas 6 textos. A pequena quantidade de publicações referente ao Centro Acadêmico do curso de Jornalismo se justifica devido à existência de um site do próprio centro acadêmico e também pela limitação de divisão de categorias do site.

O site possibilita que seja selecionada apenas uma categoria por notícia, no entanto, as notícias muitas vezes enquadram-se em mais de uma classificação. Como exemplo, citamos eventos realizados pelo Centro Acadêmico, classificados primeiramente como eventos, que deixaram de entrar na categoria Centro Acadêmico.

Isso também ocorre com outras notícias, fazendo com que algumas categorias se sobressaiam sobre outras; no entanto, não diminuindo a relevância de cada publicação.

### Considerações Finais

Com base na coleta de dados sobre a produção de notícias do site ([www.jornalismouepg.net.br](http://www.jornalismouepg.net.br)), conclui-se que a categoria com mais publicações é Eventos, sendo o tema mais pautado do site. Conclui-se também que a categoria Centro Acadêmico é a que possui menos publicações, no entanto isso não diminui o valor de relevância dos textos a respeito do Centro Acadêmico. Entende-se que a abordagem do agenda setting (teoria do agendamento) exerce influência sobre a agenda pública, uma vez que aponta quais pontos serão de interesse coletivo. No caso do Curso de Jornalismo, a cobertura realizada pela equipe buscou não apenas pautar os temas, promovendo o interesse pelas ações do Curso, como também realizou a cobertura de diversos eventos, repercutindo debates envolvendo questões sobre ensino, pesquisa e extensão em Jornalismo.

Como resultado desta experiência de produção noticiosa, entende-se que o Webjornalismo é fundamental como prática extensionista para aprimorar o exercício da profissão, em sintonia com as demandas do mercado profissional na área. Desse modo, ao observar as dinâmicas de produção e os temas mais recorrentes no site do Curso de Jornalismo, pode-se atestar a contribuição da Agência de Jornalismo no incentivo à participação dos estudantes na cobertura noticiosa na web.

### Referências

DALMONTE, Edson Fernando. **Pensar o discurso no webjornalismo: temporalidade, paratexto e comunidades de experiências**. Salvador : EDUFBA, 2009.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na Comunicação: da informação ao receptor**. São Paulo: Moderna, 2001.

RIBAS, Beatriz. **Características da notícia na Web: considerações sobre modelos narrativos**. Disponível em:<[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004\\_ribas\\_caracteristicas\\_noticia\\_web.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_caracteristicas_noticia_web.pdf)>. Acesso em: 10 de abr.2014.