

## **Filomena Maria Avelina Bomfim**

Coordenadora Geral do Programa de Extensão da UFSJ “Vertentes Agência de Notícias” (VAN).

## **Ivan Vasconcelos Figueiredo**

Subcoordenador de Assessoria de Comunicação no Programa de Extensão da UFSJ “Vertentes Agência de Notícias” (VAN).

## **Alessandra de Falco Brasileiro**

Subcoordenadora de Multimeios no Programa de Extensão da UFSJ “Vertentes Agência de Notícias” (VAN).

## **Rhafaela Dáfni Alves Resende**

Bolsista de extensão na área de Assessoria de Comunicação do Programa de Extensão da UFSJ “Vertentes Agência de Notícias” (VAN).

## **Fernanda Rezende Pedro**

Bolsista de extensão na área de Conteúdo do Programa de Extensão da UFSJ “Vertentes Agência de Notícias” (VAN).

## **Lis Maldos**

Bolsista de extensão na área de Multimeios do Programa de Extensão da UFSJ “Vertentes Agência de Notícias” (VAN).

## **Introdução**

O presente trabalho apresenta os relatos de experiência da consolidação da “Vertentes Agência de Notícias” (VAN) enquanto Programa de Extensão da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). Por meio da metodologia de

estudo de caso, são debatidas as práticas extensionistas, as dificuldades e soluções adotadas para a produção de uma agência de informações de porte regional no Campo das Vertentes, em Minas Gerais.

### **Breve histórico e objetivos do programa**

A VAN foi criada em 2010, a partir da colaboração coletiva dos alunos da primeira turma do curso de Jornalismo da UFSJ, com o objetivo de se tornar uma alternativa local para a produção e alimentação de conteúdo jornalístico para as mídias da cidade e região. Desde abril de 2013, a agência passou a ser um Programa de Extensão, sendo estruturada em quatro eixos: produção de informações, revisão textual, assessoria de comunicação e multimeios. A partir de então, os objetivos são: fornecer conteúdo informativo diário para os 64 veículos da região, levar notícias e reportagens diretamente aos cidadãos por meio do site oficial e redes sociais, bem como formar novos leitores críticos da mídia por meio da Educomunicação em escola pública de São João del-Rei.

### **Produção de notícias no campo das Vertentes**

Para alcançar o objetivo de ser uma agência de notícias regional, com conteúdos diários, a VAN opera com dinâmica de uma redação convencional. As reuniões ocorrem às quartas-feiras, com duração de 30 minutos, quando repórteres e editores discutem as pautas semanais, enquadramentos temáticos, dividem as atribuições e definem os dispositivos para a distribuição da notícia, se matéria textual, em vídeo, foto e/ou *podcast*.

Desde junho, com a entrada de novos estudantes no curso de Comunicação Social Jornalismo na UFSJ, a VAN acolheu esses calouros, convidando-os para trabalhar na produção do site. Em uma concepção extensionista da Educomunicação, as equipes são formadas da seguinte forma: um veterano que já tenha alguns anos de experiência leva dois calouros

que ajudam na cobertura jornalística. A divisão das equipes é feita a cada reunião de pauta.

As matérias possuem um prazo de fechamento (*dead line*), a fim de que os colaboradores possam se organizar, possibilitando a fluidez do trabalho coletivo. Depois da entrega das matérias para a subeditora de Produção de Conteúdo, os textos passam por duas revisões, sendo a primeira em um olhar jornalístico e a segunda em um viés da adequação às normas da língua portuguesa. Logo após, são enviadas para o gestor de Mídias, que fica encarregado das postagens no site. O processo de difusão da informação é encerrado com a atuação da Assessoria de Comunicação da VAN, a qual entra em contato com os veículos por e-mail, divulgando as notícias conforme o interesse de cada tipo de mídia.

Nesse intercâmbio entre os participantes da agência de notícias regional, a prática do jornalismo é estimulada para além da necessidade de câmeras e gravadores profissionais, privilegiando-se o exercício da cobertura jornalística, em que a informação passa a ser o bem simbólico mais relevante.

No âmbito de conteúdo, de abril até a primeira semana de outubro de 2013, foram produzidas 151 notícias, sendo uma média de 21 matérias por mês. Nos dois primeiros meses, a editoria de cultura foi a responsável por mais de 40% dos materiais difundidos, oscilando entre 30% em junho e 50% em julho.

A partir do mês de agosto, com os resultados preliminares da pesquisa de opinião realizada com a imprensa regional a fim de saber os interesses editoriais da cada veículo, a VAN passou a direcionar a produção de conteúdo para as necessidades das mídias. Essa mudança (veja item seguinte) culminou na veiculação de 28 matérias no referido mês, dentre elas três de assuntos gerais, seis de cultura, uma de religião, sete de política, uma de saúde e quatro de economia, duas de cidade, uma de educação, uma de esporte e duas de meio ambiente. Os assuntos de interesse dos veículos tiveram cerca de 40% das postagens.

A diversificação de editorias passou a nortear, portanto, a atuação do eixo

de Produção de Conteúdo. Das 30 matérias difundidas em setembro, duas eram perfis de personalidades públicas da região, quatro de política, duas de assuntos gerais, duas matérias especiais, quatro de meio ambiente, três de cultura, três de educação, três de cidade, duas de economia e uma de esporte. Nota-se que os assuntos de maior interesse dos veículos estão com 30% das postagens no site.

Do dia 1º ao dia 9 de outubro, foram veiculadas sete matérias, dentre elas uma de meio ambiente, uma de saúde, uma de educação, duas de economia e duas de cultura. Podemos perceber a diferença na variedade de editorias e na preocupação de não ter a mesma editoria várias vezes postadas no site.

Contudo, apesar da melhor distribuição de informações conforme o interesse da mídia regional, a VAN ainda não alcança índices desejáveis de aproveitamento das matérias por parte dos veículos. Tal desafio tem sido encarado pela Assessoria de Comunicação da agência.

### **Assessoria de Comunicação**

A Assessoria de Comunicação foi criada com a missão de estabelecer e cultivar os relacionamentos com os públicos estratégicos da agência, a saber: editores de mídia, consumidores de informação na internet e novos leitores de mídia de escola pública de São João del-Rei.

O trabalho na área de assessoria foi iniciado em abril de 2013 e desenvolvido de acordo com as necessidades da VAN: articular o contato com parte dos públicos externos e, conseqüentemente, adquirir mais visibilidade e aproveitamento das matérias na mídia regional; maior índice de leitura direta via site; bem como a formação de senso crítico de jovens leitores perante o fazer jornalístico no campo das Vertentes.

A atuação da Assessoria tem com cerne o Plano de Comunicação Externa do Programa, o qual está alicerçado em duas pesquisas de opinião com a mídia e com voluntários do programa. Os dados parciais coletados no período

de seis meses, perante os editores revelam que: 80% conhecem o trabalho da VAN. Porém, apenas 62% consideram utilizar as sugestões de pauta em seus veículos.

A nosso ver, esse distanciamento da mídia regional do trabalho executado pela VAN pode estar atrelado à noção de que a imprensa das Vertentes tem sobre os assuntos prioritários e a notícia em si, tendo em vista que 62% preferem informações da área de Cidades. A opção pela política também alcança mais do que a maioria dos editores de mídia da Região das Vertentes: 54% consideram o tema como “importante” ou “essencial” para integrar as matérias .

Durante o período de distribuição de “Avisos de Pauta”, a VAN produziu 38% de conteúdo nesse nicho. O baixo aproveitamento das reportagens pode estar vinculado aos valores-notícia que a mídia regional possui, em que a maior parte opta por atualidade em detrimento de reportagens de aprofundamento.

Dos 64 veículos em que foram aplicados os questionários, apenas 28 responderam à pesquisa. A partir disso, nota-se que a imprensa espera receber assuntos diversos com ênfase em cidade, política e cultura, abordando temas regionais de interesse público e, principalmente, que noticie atualidades com exclusividade.

Em partes, acredita-se que há um desalinhamento na produção de conteúdo de interesse dessa mídia, que atua sempre com o factual rapidamente apurado, enquanto a agência busca atender todas as áreas de editorias com assuntos variados em matérias redondas.

A agência publica diariamente e com diversidade em editorias, porém a dificuldade enfrentada e os novos desafios são as factualidades dos conteúdos e a visibilidade, que está sendo uma conquista gradativa, além da credibilidade da VAN, que será efetivada com as resoluções.

A partir das respostas prévias obtidas, a Assessoria começou a enviar, no final de julho de 2013, conteúdos segmentados e de interesse para cada veículo

por meio do produto de e-mail marketing “Avisos de Pautas”. A ferramenta permite o monitoramento do interesse da mídia pelas matérias da VAN.

O processo de “Aviso de Pauta”, em seu primeiro momento, estabilizou a periodicidade de segundas e quartas-feiras para 28 veículos que já participaram da pesquisa de opinião. Embora a intenção seja produzir avisos de pauta específicos para cada tipo de veículo (rádio, televisão e impresso), a primeira iniciativa teve uma mediana aceitação e um baixo aproveitamento.

Os dados parciais de dois meses de distribuição dos “Avisos de Pauta” indicam (taxas de abertura dos e-mails) uma diminuição de acessos dos veículos às notícias na íntegra via site. De 45% (início da distribuição) para 23% atualmente. Isso demonstra que a distribuição segmentada para os editores desperta o interesse pelas sugestões de pauta. Porém, a baixa taxa média de leitura integral das informações fornecidas pela VAN pode denotar que os temas das matérias não são pertinentes e/ou estão desalinhados com a expectativa de sugestão de pauta de parte da imprensa regional.

No período de dois meses, com a ação de produzir e entregar sugestões de pauta em um modelo padronizado, foi possível notar, através de análises de mídia, um aproveitamento de apenas 15% dos conteúdos produzidos pela agência. O resultado aquém do esperado se justifica pela falta de factualidade nas matérias da VAN e a ausência de outros formatos dos conteúdos, que viabilizariam e facilitariam o reaproveitamento de conteúdo em rádios, por exemplo.

Diante do exposto, constata-se que a VAN é conhecida pelos veículos, embora não seja totalmente aceita, o que torna isso um obstáculo para a agência em termos de evolução e funcionamento, uma vez que um dos objetivos é fornecer conteúdo jornalístico devidamente apurado e os veículos aproveitarem as matérias. Essa dificuldade existe por uma série de fatores, tais como já dissemos, o enquadramento de interesses de assuntos mais desejados pela mídia e a falta de novos formatos para abastecer com facilidade todo tipo de imprensa.

A Assessoria de Comunicação da VAN enfrenta, assim, o desafio de apresentar soluções para resolver esse problema, e alguns caminhos são: sistematizar melhor o banco de imagens, vídeos e áudio em cada matéria, melhorar e diversificar os temas propostos nas matérias de acordo com o interesse da mídia, melhorar a qualidade dos conteúdos, facilitar que os veículos solicitem e utilizem as matérias através dos “Avisos de Pauta” específicos de acordo com interesses.

### **Recursos multimídia na agência de notícia**

A divulgação regional possibilita o acesso do público à informação aparentemente restrita, mas que pode interferir na vida das pessoas e o compartilhamento de notícias com recursos multimídia possibilitado pelas novas tecnologias pode ampliar o público que estará informado sobre o assunto. Para tanto, foi criada a área de gestão de multimeios da VAN, com a intenção de explorar no site da agência de notícias (<<http://www.vanufsj.jor.br>>) o uso dos recursos multimídia, como hipertexto, fotografia, podcast, videocasts e audioslides, para proporcionar uma expansão dos tipos de veículos atendidos pela VAN, desde veículos de comunicação impressos, como jornais e revistas, até digitais, como sites, blogs, além de atender rádios e TVs.

Em sites, como o da VAN, o texto escrito soma-se ao uso de outras mídias como o vídeo e o áudio, complementando a leitura textual para algo mais visual e auditivo, enriquecendo as possibilidades de impressões.

O trabalho na área de Multimeios foi iniciado em abril de 2013 e desenvolve desde então as funções de: gerenciar o site da VAN, abastecendo-o com conteúdo midiático, com fotos; atualizando a agenda VAN; o *slideshow* da página principal semanalmente; vídeos, podcasts e tirinhas; e o banco de imagens no Flickr (<<http://www.flickr.com/photos/63882896@N08>>).

Além disso, o cargo de gestora de Multimeios tem como incumbência o gerenciamento da página no Facebook (<<https://www.facebook.com/UFSJ.van>>),

através da qual se pode ter estatísticas de visibilidade de cada nota feita sobre as matérias, função essa também exercida na área.

Na área de multimídia, é visível uma grande mudança desde o início dos trabalhos da VAN, em 2009, até o momento. Anteriormente, não se usava nenhum outro formato de conteúdo para o site, a não ser o texto e, ocasionalmente, vídeos para a VAN TV. A dinâmica do site também foi alterada, a partir da criação de um novo layout que proporcionou a entrada dos novos formatos. A página inicial do site ganhou uma ferramenta de destaque: o *slideshow*, que é atualizada uma vez por semana e tem o intuito de destacar as notícias mais recentes que entraram na página.

A administração dos vídeos no site é feita a partir de produções de disciplinas vinculadas ao curso de Comunicação Social-Jornalismo da UFSJ e são inseridos no canal VAN no Youtube (<<http://www.youtube.com/user/vanufsj/videos>>). Logo após, são postados no site e utiliza-se o esquema de produção de notas no Facebook, para captar mais visitas para o que é inserido no site, o que também é feito ao postar matérias escritas, podcasts e atualizações da Agenda VAN.

O uso da rede social Facebook também objetiva maior participação dos públicos leitores e veículos. No meio on-line, especificamente, é possível ir além da produção noticiosa e estimular a participação do público na construção do conhecimento.

A partir dos suportes de texto, imagem, áudio e vídeo, expande-se a possibilidade de divulgar não apenas o jornalismo regional, mas também a sua relação com a vida do público, e, mais do que isso, há a possibilidade da elaboração e ampliação da divulgação jornalística multimídia de forma compartilhada

### **Considerações finais**

O programa nasceu de uma iniciativa na disciplina de Jornalismo



Internacional e, atualmente, a VAN envolve os saberes e práticas apreendidos nas disciplinas de Comunicação Regional, História do Jornalismo, Jornalismo Internacional, Jornalismo e Meio Ambiente, Comunicação Organizacional, Assessoria de Imprensa e Jornalismo On-line.

Na posição de informaduto regional, a agência vai além da simples produção de notícias e reportagens a serem aproveitadas pela imprensa do Campo das Vertentes. A prática extensionista em si se revela no fazer jornalístico, nas rotinas produtivas pautadas pela Educomunicação, uma concepção transformadora que realiza a troca de saberes entre universidade e sociedade.

A nosso ver, a oferta de conteúdos informativos adequados às expectativas da mídia e esfera social é consequência dessa ação extensionista de cunho formativo, tanto do estudante como jornalista quanto deste como educador na comunidade na qual está inserido.

Nos três anos de existência, o Programa de Extensão VAN enfrenta o desafio diário de conquistar e fidelizar a imprensa regional como público das matérias. Como visto, nos últimos sete meses, um trabalho específico tem sido realizado para fornecer informações mais adequadas aos anseios da mídia regional, em uma convergência de ações integradas entre os eixos da VAN: produção de conteúdo, assessoria de comunicação e multimeios.

A experiência aqui relatada soma-se a outras do Programa de Extensão. Em consonância, procura-se a conquista e consolidação também dos leitores diretos na internet, em que a estratégia tem sido a difusão de informações multimídia no ciberespaço e redes sociais, procurando estabelecer conversações diretas. Para tanto, foram alterados os conteúdos das postagens no Facebook, bem como houve redefinição dos horários de distribuição de conteúdo, visando mais visibilidade e engajamento conforme o hábito de consumo dos leitores diretos (fãs) na internet.

Paralelamente, a VAN tem atuado na formação de novos leitores críticos da mídia na Escola Estadual Dr. Garcia de Lima, em que os estudantes do

Ensino Médio da turma de “Comunicação Aplicada” são empoderados a criarem as próprias narrativas midiáticas do cotidiano escolar em diferentes dispositivos (jornal mural, *podcast*, *blog* e documentário). A pesquisa de grupo focal realizada em 2013 revela que houve elevação do aparato crítico apreciativo dos estudantes, bem como mais senso crítico sobre as representações de mundo trazidas pela mídia do Campo das Vertentes, em Minas Gerais. Os produtos gerados pelos estudantes da escola estão disponíveis no site da agência e mostram o processo de amadurecimento desses alunos com relação ao desenvolvimento de aparatos midiáticos, ainda que de uma forma tímida e despretensiosa. O mais importante é que, diante do conhecimento do processo de produção dessas mídias, percebeu-se a incapacidade de retratar a realidade em sua completude.

Informação bibliográfica deste texto, conforme a NBR 6023:2002 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT):

BOMFIM, Filomena Maria Avelina *et al.* Agência de Notícias – VAN: práticas extensionistas por meio do jornalismo *News Agency VAN: practices of extension through journalism. Interfaces – Revista de Extensão da UFMG*. Belo Horizonte, v. 2, n. 2, p. 148-157, jan./jul. 2014.