

A ATUAÇÃO DA AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE COMUNICAÇÃO DO CURSO DE JORNALISMO MARTE AGÊNCIA DE CONTEÚDO: RELATOS DE EXPERIÊNCIA EM TEMPO DE TRABALHO REMOTO.

MARIA RITA DA COSTA ROLIM¹; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO²

¹Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) 1 – mariaritarolim@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Diante do cenário atual da pandemia de Covid-19, e os desafios que ela impõe, atividades que antes eram presenciais tiveram que ser readaptadas para continuarem trazendo ensino de qualidade para os alunos e a comunidade acadêmica. Nesse contexto, a Agência Experimental de Comunicação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) - Marte Agência de Conteúdo, projeto idealizado pelos alunos do curso antes da pandemia, vem promovendo a extensão através do aprendizado e conhecimento de forma interativa e remota.

O projeto de extensão tem como objetivo desenvolver atividades práticas voltadas às áreas do jornalismo como: assessoria de imprensa, *marketing* digital e produção de conteúdo escrito e audiovisual. Diante disso, a agência atua no planejamento de ações da comunicação para empresas públicas e privadas, onde os serviços são voltados à comunidade e também a capacitação de futuros jornalistas nas habilidades e competências exigidas pelo mercado no qual serão inseridos em breve.

De acordo com (MARTINEZ, 2010), as assessorias de imprensa são “apenas um dos instrumentos de comunicação”; ela lista Planejamento, Estratégia, Gerenciamento da Informação e Mapeamento de Mídia como pontos-chave que estão à disposição de empresas, órgãos e instituições para enriquecer o trabalho das assessorias de comunicação integradas.

Nesse contexto, a atuação do profissional de assessoria de comunicação é transformada, deixando de apenas subsidiar a imprensa tradicional, incluindo os influenciadores e atuando diretamente com a sociedade. Conforme (DUARTE, 2018), o desenvolvimento e a complexificação do papel da comunicação nas organizações transfigurou as atribuições e o papel do profissional jornalista, sendo a assessoria de comunicação a porta de entrada para isso.

[...] nas condições estabelecidas no Brasil, um profissional de AI pode editar publicações, produzir e gerenciar conteúdo de portais, blogs, Twitter, Facebook e outras mídias sociais, atuar com marketing político, curadoria de conteúdo, comunicação interna, marketing de conteúdo, consultoria e em uma série de outras tarefas (DUARTE, 2018, p. 67).

Segundo a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ, 2007), ao profissional de jornalismo têm-se abertas oportunidades de atuar como estrategista na elaboração de planos de comunicação mais abrangentes. Esses planos devem privilegiar uma comunicação eficiente não apenas junto à imprensa, mas posicionando as organizações de forma a estabelecer uma interlocução com ética e responsabilidade social, comprometida com os valores da sociedade junto aos seus mais diversos públicos.

2. METODOLOGIA

O trabalho desenvolvido busca fazer a intersecção dos conceitos teóricos e práticos por meio da comunicação que é a implementação de uma agência no curso de jornalismo. Tendo em vista a forma de coleta de dados, utilizou-se a pesquisa documental (GIL, 2008). De acordo com o autor, “em muitos casos só se torna possível realizar uma investigação social por meio de documentos” (GIL, 2008). É o que acontece no caso da assessoria de comunicação própria da Marte Agência de Conteúdo, objeto do presente estudo.

Segundo (MARTINS, 2014), ao institucionalizar a agência numa linha extensionista, reforça-se o tripé universitário (ensino-pesquisa-extensão), que articula a produção de conhecimento necessária à formação profissional com a prática discente, além da aproximação entre a universidade e a sociedade, beneficiada, direta ou indiretamente, com o trabalho desenvolvido junto às instituições, afinal elas detêm informações de interesse público.

Portanto, as agências experimentais têm como objetivo a ampliação do campo de atuação dos alunos, promovendo espaço de pesquisa e desenvolvimento de serviços específicos, permitindo o conhecimento das ferramentas de trabalho necessárias ao desenvolvimento da atividade profissional por eles escolhida (TONDATO, 2010).

A Marte teve seu início em 2019, idealizada pelos alunos do curso de jornalismo e logo depois implementada como projeto de extensão. Estão entre as ações executadas na antiga gestão a promoção de ações para o curso de Jornalismo como o primeiro cliente da agência, onde foi realizada a V Semana Acadêmica e os processos de ativação do portal online do curso.

Devido a pandemia de Covid-19, desafios como a simultaneidade de produção, as formas comunicação do projeto de extensão com a comunidade acadêmica e a falta de interação presencial, tiveram que ser enfrentados. A utilização de ferramentas fornecidas pelo *Google* foi de grande importância na adaptação remota e na formação da nova equipe, utilizando o *Formulários Google* foi possível fazer a divulgação através do *Instagram* e *Facebook* da Marte e do grupo geral do Jornalismo UFPEL.

Os alunos interessados disponibilizaram as seguintes informações: nome, matrícula, semestre, *e-mail* para contato, disponibilidade para reuniões semanais e área de produção de conteúdo que teria afinidade. Nesta primeira etapa, foi realizada uma reunião via plataforma por webconferência com toda equipe do projeto e os novos integrantes, logo depois foi feita uma divisão de pequenos grupos levando em consideração as demandas e parcerias. Os grupos de atuação no primeiro semestre de 2021 são: o próprio Curso de Jornalismo da UFPEL, Mídias e ações internas da Marte e a Agência parceira Tetris.

A agência Tetris foi criada por um aluno do curso de jornalismo para seu projeto de conclusão de curso, a parceria com a Marte surgiu com o intuito de fazer a extensão através dos clientes da agência e também o compartilhamento de experiências entre os alunos. Assim como mostra na Figura 1, outra parceria importante nesse primeiro semestre é o Grupo Brasileiro de Estudos sobre Multimorbidades, onde foi realizado o primeiro encontro via webconferência e definido os primeiros passos junto à Marte.

Figura 1- Parcerias do Primeira Semestre de 2021



Fonte: Própria do trabalho (2021)

Os serviços oferecidos pela Marte Agência de Conteúdo aos seus clientes externos englobam: assessoria de comunicação, *media training*, produção de conteúdo para mídias sociais e *blogs*, gestão de mídias sociais e planejamento de *marketing*, produção de *press kits* e envio de convites. Na esfera do contato com a imprensa, os serviços prestados são: produção de *press releases*, envio para imprensa, produção de mailing específico que atenda às demandas do cliente, acompanhamento de pauta e *clipping*.

Além disso, a missão da agência experimental de comunicação é oferecer serviços para a universidade e a comunidade externa, proporcionando produtos de qualidade. O uso das mídias sociais como *Instagram*, *Facebook*, entre outras, serve para facilitar o relacionamento das organizações com seus públicos. Conforme Duarte (2018), isso dá velocidade ao ato de compartilhar informações, o autor afirma que utilizar as mídias sociais exige uma estratégia bem definida por parte da assessoria de comunicação, que precisa atentar para o relacionamento adequado com os interlocutores na gestão profissional e especializada.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente trabalho, traz em sua análise das novas ações produzidas pelo projeto de extensão Agência Experimental de Comunicação do curso de Jornalismo da UFPEL - Marte Agência de Conteúdo. Como mostra na Figura 2 o processo de fazer uma comunicação ativa e reunir uma nova equipe para o projeto foi feita através das mídias sociais como *Instagram*¹ e Facebook. As etapas para a fazer a conexão do projeto com os demais alunos do jornalismo foi: a criação do designer do convite, produção do formulário *Google* e depois a inserção dos inscritos no projeto resultando em 19 integrantes no primeiro semestre de 2021.

Figura 2 - Fluxograma da divulgação



Fonte: Própria do trabalho (2021)

Nesta fase inicial da atuação da agência, já no primeiro semestre de 2021, foram realizadas parcerias com a Agência Tetris e o projeto de pesquisa da universidade GBEM (Grupo Brasileiro de Estudos sobre Multimorbidades). Foi

¹ Instagram Marte https://www.instagram.com/marte_conteudo/

realizada a divisão da nova equipe da Marte levando em consideração as áreas que os alunos querem se aperfeiçoar e a afinidade com a parceria.

Tendo em vista a pausa para a reformulação do projeto, uma das ações internas do projeto é o Portal² de Jornalismo da UFPEL que acabou ficando desatualizado devido a pandemia. Uma das primeiras atividades de 2021 foi a execução da atualização das informações principais fornecidas no site. Foi realizado contato via e-mail com todos os docentes do curso, para a atualização de suas informações e demandas, logo foi disponibilizado essas informações para os alunos ingressantes e a comunidade acadêmica.

4. CONCLUSÕES

Nessa produção, buscou-se apresentar e discutir desde o surgimento do projeto o crescimento dos alunos e a importância de aliar teoria-prática, a partir da articulação no contexto das atividades remotas. Evidencia-se a relevância do trabalho interdisciplinar entre as áreas propostas para as atividades, principalmente pela adoção das novas tecnologias da informação e comunicação.

Muito se discute sobre a importância do curso de jornalismo oferecer nas quatro áreas elementares de atuação na profissão que são: impresso, rádio, televisão e web, diversas cadeiras e laboratórios para a prática dessas disciplinas. Porém, nas áreas como de assessoria de imprensa e produção de conteúdo que são muito cobradas no currículo dos futuros profissionais temos a carência da experiência prática. E é no intuito de capacitar e fazer a extensão com o meio profissional que, com a supervisão de professores do curso, propôs-se a implantação da agência experimental de conteúdo. Diante do atendimento da tríade universitária (ensino, pesquisa e extensão), a existência da agência experimental de comunicação, é entendida como um laboratório para atividades práticas voltadas para as áreas do curso de Jornalismo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

DUARTE, J. (org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

FENAJ, **Federação Nacional dos Jornalistas. Manual de Assessoria de Comunicação – Imprensa**. 4ed. Brasília, 2007.

KUNSCH, M. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

MARTE AGÊNCIA DE CONTEÚDO. **Faça Parte**. Marte Agência de Conteúdo, 2018. Disponível em: <<https://wp.ufpel.edu.br/marteagencia/faca-parte/>> Acesso em: 15 out. 2019.

MARTINS, J. **Agência experimental como projeto de extensão universitária. Extensão em Foco**, Curitiba, n. 10, jul./dez. 2014,

TONDATO, M., **Projetos Experimentais, projetos integrados e agências experimentais: novas práticas pedagógicas no ensino de comunicação, Comunicação e Educação**, n. 2, a. XV, ECA/USP, São Paulo, maio/ago 2010.

² Portal do curso <https://wp.ufpel.edu.br/jornalismo/curso/>