

## **Agência de Notícias da Favip: teoria e prática em movimento<sup>1</sup>**

Kaline Aragão BARBOSA<sup>2</sup>

Iraê Pereira MOTA<sup>3</sup>

Faculdade do Vale do Ipojuca, Caruaru, PE.

### **Resumo**

Este artigo tem como objetivo tratar da inclusão da Agência de Notícias da Faculdade Vale do Ipojuca (Favip) nas redes sociais, explorando o potencial da comunicação no mundo cibernético, para a construção de um jornalismo de qualidade voltado aos internautas. Nesta época de rápidas mudanças científicas e tecnológicas, é fundamental que os meios clássicos de propagação de notícias tenham uma versão digital, como é o caso da Agência de Notícias, que, além de uma versão impressa intitulada A Notícia, passou a se inserir nas redes sociais.

**Palavras-chave:** Comunicação; Jornalismo; Redes sociais.

### **1 Introdução**

Testemunhamos uma época de mudanças impulsionadas pela internet. Segundo Raquel Recuero (2009), a forma de organização, a identidade, a conversação e a mobilização social estão mudando em uma larga velocidade, amplificando a capacidade de conexão entre as pessoas: é a chamada sociedade em rede.

Em nossos dias, acompanhamos essas mudanças nos meios de comunicação. Nesse cenário, começam a ganhar destaque as redes sociais, como formadoras de opinião e responsáveis por ocupar parte do lugar dos veículos tradicionais.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante do 4º Semestre do Curso de jornalismo da Favip, e-mail: linearagao7@gmail.com.

<sup>3</sup> Professora orientadora do trabalho. Jornalista, professora da Faculdade do Vale do Ipojuca (Favip) e mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local, pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) e-mails: irae.mota@favip.edu.br e irae.mota1@yahoo.com.br.

Com a popularização dos novos gêneros que a linguagem na internet fez surgir, ainda assim é necessário ter todo cuidado na produção do conteúdo que exige uma necessidade de textos mais curtos, e uma maneira de tratar a informação como parte da evolução da sociedade como aborda Johson (2001):

A tecnologia costumava andar em caminhos mais lentos, mais diferenciados. O livro reinou como o meio de comunicação de massa preferido por vários séculos; os jornais tiveram cerca de 200 anos para inovar; até o cinema deu as cartas durante 30 anos antes de ser rapidamente sucedido pelo rádio, depois pela televisão, depois pelo computador pessoal. A cada inovação o hiato que mantinha o passado à distância ficou menor, mais atenuado. [...] A explosão de tipos de meios de comunicação do século XX nos permite, pela primeira vez, aprender a relação entre a forma e o conteúdo, entre o meio e a mensagem, entre a engenharia e a arte. (JOHSON, 2001, p.8-9).

As comunicações são consideradas vitais para a abertura de novos canais para o progresso e a inovação nas mais variadas áreas. Não obstante, as novas tecnologias da informação, que aceleram as mudanças em nossas sociedades, forçam a humanidade a se adaptar às novas relações no espaço e no tempo (Ricardo Diez, 1998).

Atualmente, as redes são fator primordial como meio de comunicação em nossas vidas, a começar pelo acesso ao conhecimento e à informação rápida e barata; elas têm tomado forma de acordo com nossas necessidades, valores e interesses.

Poderíamos considerar que o jornalismo renasceu nas redes sociais, embora nas redações tradicionais sua produção tenha tornado se enxuta. Segundo o professor Francisco José (2013)

“Há reportagens qualificadas nas redes sociais, o desafio é encontrar um público com interesses em reportagens e informações jornalísticas e, o mais importante, que as julgue essencial para o seu dia a dia. Um dos desafios para o jornalismo nas redes sociais e no novo jornalismo da multidão ciberespacial, com seu auditório ora específico ora amplo, ora particular ora universal, ora atento ora disperso, ora fixo ora móvel. E num mundo sempre em fuga e que, no entanto, necessita minimamente saber o que se passa”. (Francisco José, 2013 - Observatório da Imprensa).

## **2 Relação teoria e prática**

Uma das ferramentas consistentes no processo de ensino do jornalismo é a produção desenvolvida pelos alunos através do jornal-laboratório de sua instituição, mesmo não sendo possível atingir o corre-corre diário das redações. Desse modo, o aluno tem como expandir seus conhecimentos adquiridos no decorrer do curso em diversas disciplinas.

Como diz o professor Dirceu F. Lopes, “nesses veículos, ao se fazer jornalismo, já estamos aplicando aquele conjunto de aptidões e atividades que a formação universitária deve desenvolver. Como a atividade culminante e integrada, o órgão laboratorial não é apenas prática, mas teoria-prática em movimento”. (LOPES, 1989, p. 36).

No caso do curso de Jornalismo da Faculdade do Vale do Ipojuca (Favip), instituição localizada em Caruaru, Agreste de Pernambuco, algumas iniciativas foram desenvolvidas exatamente para propiciar essa interação entre teoria e prática. A primeira delas foi a criação da versão do jornal-laboratório lançada em 2004, o Expresso Favip, produzido pelos alunos, com o objetivo de desempenhar o acesso à prática jornalística. Passando por várias mudanças, tanto em sua linha editorial quanto no projeto gráfico.

Em 2007, o informativo ganhou nova identidade e passou a chamar se A Notícia, como o conhecemos atualmente, produzido na Agência Experimental de Notícias da Favip, com a participação dos alunos e alguns professores da instituição.

No ano de 2013, A Notícia foi inserida nas redes sociais para interagir com seu leitor, proporcionando uma comunicação rápida e eficaz, já que suas edições são mensais e há uma grande necessidade de manter informado seu público alvo. Há sempre uma preocupação por meio da Instituição em preparar seus alunos para este novo campo de mercado, com muitas novidades e repleto de desafios.

## **3 Importância para a formação**

A proposta dessa inserção é despertar o senso crítico da sociedade através das redes sociais. Entramos agora num novo mundo de comunicação: a Galáxia Internet. Usando a Internet como um sistema de comunicações e como uma forma de organização. Castells, (2001).

Garimpar bons assuntos, cultivar suas fontes, estar sempre atento onde estiver e não se limitar apenas a produzir notícias segundo uma fórmula científica (Kotscho 2000). Serve também para aumentar o compartilhamento da informação na construção do conhecimento. Quanto mais informações são trocadas com os diversos atores de nossa rede, maior será a bagagem adquirida, maior será o estoque de informação, e é nesse poliedro de significados que são inseridas as redes sociais.

Informação é sempre fluxo e para o sujeito ela funciona como troca com o mundo exterior, o que lhe confere seu caráter social. Assimilada, interiorizada e processada por um sujeito específico, ela é a base para sua integração no mundo, propiciando ajustes contínuos entre o mundo interior e o mundo exterior (TÁLAMO, 2004, p.1).

Com base em seu dinamismo, as redes, dentro do ambiente organizacional, funcionam como espaços [...] que podem ser tanto presenciais quanto virtuais, em que pessoas com os mesmos objetivos trocam experiências, criando bases e gerando informações relevantes para o setor em que atuam (TOMAÉL; ALCARÁ; DI CHIARA; 2005). Com enfoque acentuado por Capra (2002, p.267), quando se refere à importância das redes.

[...] na era da informação – a qual vivemos – as funções e processos sociais organizam-se cada vez mais em torno das redes. Quer se trate das grandes empresas, do mercado financeiro, dos meios de comunicação ou das novas ONG's globais, constatamos que a organização em rede tornou-se um fenômeno social importante e uma fonte crítica de poder. (CAPRA, 2002, p.267)

Desta forma, a Faculdade Vale do Ipojuca (Favip) possibilitou a abertura de um novo espaço de comunicação para que seus alunos colocassem em prática o jornalismo on-line, através da criação de uma fanpage no Facebook, onde os mesmos possam “explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômicos, cultural, político e humano” (Levy, 1999, p.11).

A fanpage segue todos os critérios de qualidade do jornal-laboratorial da Favip para que o resultado final seja satisfatório. É importante destacar esse fator, pois a informação precisa ser repassada de forma clara e objetiva.

Iniciativas como a criação da fanpage possibilita a interação entre o internauta e a Agência de Notícias, que vão além de beneficiar apenas alunos ou a própria IES, e assim tem contribuído para aumentar a participação de pessoas que não leem jornais. Sem contar com o feedback como elogios, críticas e sugestões vindas de um público fora da academia que usufrui de um conteúdo produzido por estudantes em busca de seu espaço no mercado de trabalho. Para Lastres e Albagli (1999), portanto, é importante identificar as inovações no contexto atual.

Reconhece-se, portanto, no contexto atual de intensa competição, que o conhecimento é a base fundamental e o aprendizado interativo é a melhor forma para indivíduos, empresas, regiões e países estarem aptos a enfrentar as mudanças em curso, intensificarem a geração de inovações e se capacitarem para uma inserção mais positiva nesta fase. (LASTRES; ALBAGLI 1999, p. 123)

É importante também lembrar que, atuando de uma maneira inovadora, as instituições estarão preparando jornalistas com outro espírito de cidadania, com outro olhar sobre o que seja comunicar para todos, sem distinção (VINICIUS, 2010).

#### **4 De olho nas novas tecnologias da informação**

Para Castells, a internet assume um papel preponderante na busca de informação [...] e ela continuará a crescer como fonte de informação, se os utilizadores continuarem a acreditar na informação que lá encontram.

Hoje o Facebook ultrapassa 80 milhões de usuários no Brasil, e chega a ser revolucionária a participação das pessoas, o envolvimento na política, no consumo, em diversas outras áreas que é possível seu engajamento. Antes das redes sociais, as notícias circulavam nos grandes centros do país, e atualmente o interior está completamente conectado com o que acontece nos grandes centros urbanos. Felizmente, as redes sociais são ferramentas acessíveis a qualquer cidadão, e através dela é possível fazer participação em jornalismo sem intermediários. A revolução das redes força uma mudança na imprensa de forma geral.

## 5 Conclusão

A qualidade do texto jornalístico jamais deixou de ser fator de importância essencial à construção da notícia. Mesmo com a vinda das redes sociais (que vieram para ficar), o leitor só será fiel se sentir-se satisfeito com a qualidade do que lê. Assim sendo, é lícito dizer que o impresso está em fase de migração para um ambiente (digital) no qual o texto escrito convive com múltiplos gêneros considerados clássicos, tais como videoclipe e rádio, e também gêneros recentes, como o tweet (a notícia em 140 caracteres).

Não devemos esquecer a presença cada vez mais constante da internet nos smartphones. Em vista disso, a adaptação às redes requer também a estruturação de métodos jornalísticos que favoreçam a leitura na tela de um aparelho celular. Como foi dito anteriormente, são rápidas as mudanças tecnológicas pelas quais o nosso mundo passa, e a conscientização do profissional da comunicação, quanto a isso, é o que assegurará sua sobrevivência no mercado.

## REFERÊNCIAS

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Trad. de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.

CEBRIÁN, Juan Luis. **A rede: como nossas vidas serão afetadas pelos novos meios de comunicação**. São Paulo: Summus, 1998.

[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed750\\_jornalismo\\_etica\\_e\\_redes\\_sociais](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed750_jornalismo_etica_e_redes_sociais) Francisco José Castilhos Karam é professor da Universidade Federal de Santa Catarina e pesquisador do objETHOS.

LOPES, Dirceu Fernando. **Jornal-laboratório – Do exercício escolar ao compromisso com o público leitor**. São Paulo: Summus, 1989.

CASTELLS, Manuel. **La Galaxia internet**. Madri: Arete, 2001.

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo: Ática, 2000.

TÁLAMO, Maria de Fátima G. M. **A Pesquisa: recepção da informação e produção do conhecimento**. DataGramZero: revista de ciência da informação, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, abr.2004. Disponível em: <<http://www.dgzero.org>>. Acesso em: 07 jul. 2013

TOMAÉL, Maria Inés; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. **Das Redes Sociais a inovação**. Ci. Inf., Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago. 2005.

Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf>. Acesso em: 07 jul. 2013

CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável**. São Paulo: Cultrix, 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo, Editora 34, 1999

LASTRES, Helena; ALBAGLI, Sarita. **Informação e Globalização na era do Conhecimento**. Rio de Janeiro, Campus 1999.

GOMES, Marcos Vinícius. **Jornal A Notícia: prática de jornalismo e cidadania no interior de Pernambuco**.