



## **AGÊNCIA DE JORNALISMO IMPRESSO**

Matheus Marchiori Adami

Fabíola B. G. Andrade

Larissa Garcia dos Santos

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

### **RESUMO**

Prestar serviços aos públicos interno (de outros setores) e externo à Universidade;

Funcionar como uma agência de divulgação, com produção unificada e distribuição de notícias;

Planejar, organizar e executar eventos relacionados ao Curso.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo impresso

### **INTRODUÇÃO**

A Agência Experimental de Jornalismo foi criada em 1999 pelo então diretor da Faculdade de Ciências da Comunicação e da Cultura, prof. Dr. José Marques de Melo. Passou a ser concretizada em 2000 após a criação da Faculdade de Jornalismo e Relações Públicas (FAJORP), sob a direção da profa. Dra. Maria Graça Conde Caldas, com o objetivo de oferecer o apoio operacional à coordenação do Curso, no que diz respeito à produção e divulgação de veículos e realização de eventos.

A Agência teve o reconhecimento público na Expocom de 2001, quando recebeu o primeiro lugar na categoria Agência Experimental. No ano de 2002, já sob a gestão da profa. Dra. Maria Aparecida Ferrari, como diretora da FAJORP, a AgenciaJor ficou com a segunda colocação.

Em 2003 alguns projetos especiais foram implementados pelo Núcleo de Jornalismo Impresso, como o Projeto Heliópolis e o Jornal do Grito dos Excluídos. Nesse ano e no seguinte, também sob a gestão da Profa. Maria Aparecida, a agência conquista o primeiro lugar na Expocom, consolidando-se como uma das melhores agências experimentais do país.



## **2 OBJETIVO**

O objetivo é estimular a visibilidade da produção dos alunos interna e externamente, oferecer oportunidades de estágio remunerado e voluntário, estabelecer parcerias com entidades não governamentais e comunitárias, proporcionando uma atuação da universidade nessa área, com produtos impressos, televisivos, radiofônicos e digitais, além de realização de oficinas.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Viabilizar a produção de veículos impressos, televisivos, radiofônicos e digitais e promover a otimização dos recursos necessários ao seu desenvolvimento.

Aperfeiçoar a prática jornalística dos alunos do curso pelo Programa de Estágio Remunerado e Voluntário.

## **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Apoio às atividades discentes,

Atendimento ao público externo e aos vários setores da Universidade,

Produção editorial e gráfica de veículos de comunicação,

Consolidação da imagem da Agência e do curso de Jornalismo diante dos públicos estratégicos.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO**

Elaboração de orçamentos para a produção dos veículos ou o controle de sua distribuição, entre outras.

Atendimento aos alunos de todos os semestres de Jornalismo em suas atividades práticas de elaboração dos produtos jornalísticos.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Gerencia a produção de veículos,

Supervisiona a finalização,

Realiza pesquisa de orçamentos,

Organiza e controla mailings e arquivos dos jornais.

Produção de veículos jornalísticos para outros setores da Universidade, Instituições e entidades externas.



Atendimento aos leitores dos diversos veículos e à comunidade externa, para sugestões de pautas, reclamações, solicitação de exemplares de arquivo ou materiais que sirvam à pesquisa.

## **REFERÊNCIAS**