

Amanayé¹ Criação da Agência Experimental de Comunicação do Curso de Jornalismo de Parintins

Soriany Simas Neves²

Jousefe David Matos³

Raymar dos Reis Martins⁴

Larissa Vitória de Souza Gonçalves⁵

Jailson Amazonas⁶

Universidade Federal do Amazonas – UFAM, campus Parintins

RESUMO

Amanayé é resultado de um projeto experimental de agência de Comunicação com foco no assessoramento e produção de conteúdo digitais e de audiovisual para atender organizações sem fins lucrativos. Para tanto, as pesquisas realizadas fundamentaram-se, nos conceitos da concepção de agência de comunicação com base em Schaum e Rizzo (2009), Duarte (2018) para os quais essas agências são empreendimentos que oferecem serviços especializados em comunicação organizacional ou corporativa. A Agência objetivou complementar a formação dos estudantes de Jornalismo atrelados à disciplina de Comunicação Organizacional e atender às disciplinas previstas no novo Projeto Político Pedagógico -PPC do curso de jornalismo da Universidade federal do Amazonas, campus de Parintins, como as de Assessoria de Imprensa e Geração da Comunicação, Gestão em Mídias digitais e de laboratório nessa área.

PALAVRAS-CHAVE: agência experimental; comunicação; jornalismo.

¹ Trabalho apresentado na Jornada de Extensão, evento integrante da programação do 22º Congresso de Ciências da Comunicação da Região Norte, realizado de 28 a 30 de maio de 2025.

² Doutora em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro e Professora no Curso de Jornalismo do Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia de Parintins (ICSEZ), e-mail: sorianynevess@ufam.edu.br.

³ Técnico em Fotografia no Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia (ICSEZ).

⁴ Graduada em Jornalismo pelo Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia (ICSEZ).

⁵ Graduada em Jornalismo pelo Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia (ICSEZ).

⁶ Graduando em Jornalismo pelo Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia (ICSEZ).

INTRODUÇÃO

Desde a interiorização efetiva da Universidade Federal do Amazonas em 2007, no Baixo Amazonas, por meio da implantação do Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia em Parintins, o curso de Jornalismo integra uma importante conquista da sociedade sendo o resultado de várias consultas públicas realizadas à comunidade local com vistas à ampliação e valorização das vozes acerca do exercício do jornalismo voltado aos interesses coletivos nesta parte da Amazônia.

Durante esse percurso de existência muitos desafios se apresentaram que vão desde a dificuldade de composição de um corpo docente ao longo do período de 18 anos dada às condições de trabalho no interior desta parte da Amazônia, passando também por um contexto de uma deficiente infraestrutura jornalística das empresas de mídia sediadas no Município, atuando muitas vezes de forma ainda amadora e ineficiente, o que irremediavelmente inviabiliza que os acadêmicos (alunos) possam desenvolver um campo de estágio mais efetivo e condizente com o que regem às novas diretrizes do jornalismo. Em que pese esses percalços deste cenário desafiador, o curso já produziu uma quantidade significativa de conhecimentos na forma de produtos (documentários), livros, sites, revistas, e outros, que se traduziram em resultados positivos na produção de conhecimento científico da realidade local, assim como também na formação de jornalistas do curso, inclusive alguns egressos que atuam em órgãos de imprensa e de mídia na região, preenchendo uma lacuna na profissionalização e produção da atividade jornalística no Baixo Amazonas.

Entretanto, para além de uma atuação nesses espaços das empresas jornalísticas da cidade, urge a proposta de uma agência experimental de Comunicação e Multimeios no campus de Parintins para somar e abrir um leque na atuação aos alunos do curso de jornalismo no Município, frente a um campo de atuação profissional ainda em amadurecimento e em formação nesse espaço da Amazônia. Sabendo-se que o espaço universitário é um micro-espço onde os alunos podem vivenciar e fazer reflexões quanto aos desafios que a sociedade impõe e dessa forma faz-se crucial o exercício e atuação do papel social e crítico do jornalista frente à sociedade na divulgação e produção de produtos jornalísticos que venham ampliar o modo como a realidade é construída por

múltiplos sujeitos e situações/acontecimentos que ocorrem na cidade), esse é um dos objetivos principais da agência experimental em Comunicação.

O projeto possibilitou aos discentes ambientar-se com a rotina de uma agência de Comunicação em caráter experimental e usufruir do que vem a ser os desafios da atuação jornalística na Amazônia, campo ainda em construção da atividade profissional. A experiência de estar na agência promoveu aos acadêmicos a capacidade de exercer e desenvolver as habilidades de Comunicação e de uma atuação crítica e ética concernentes aos valores do jornalismo. Os discentes além de habituar-se com a rotina de uma agência experimental e assessoria em comunicação, tiveram a oportunidade de se familiarizarem com os trabalhos dos mais diversos temas sociais que possam integrar na comunidade acadêmica e do mercado do Baixo Amazonas, bem como diante da demanda de divulgação dos trabalhos desenvolvidos no próprio recinto acadêmico. Dessa forma, assegurando o cumprimento do papel social da Universidade na aproximação/parceria entre universidade e comunidade parintinense.

METODOLOGIA

A criação da Agência se deu durante 1 ano (**outubro de 2023 a dezembro de 2024**), em 3 etapas. A primeira etapa foi articulada à disciplina das atividades da disciplina de Comunicação Organizacional no semestre **2023.2**, em que foram realizadas as seguintes etapas a saber: Pré-produção, que compreendeu o planejamento da agência e brainstorming para escolha do nome e produção de logo da Agência com a participação dos alunos, a etapa de produção que compreendeu a assessoria a uma Instituição escolhida e a produção das mídias a partir do assessoramento ao longo da disciplina, e a Pós-produção que culminou com a realização de acompanhamento das atividades de fechamento junto ao Grupo Águia Rural de Vila Amazônia.

Numa segunda etapa a agência trabalhou na produção do Vídeo Institucional do grupo Águia Rural, tendo a participação dos alunos de Design digital da UEA para a produção final de vídeo. Esse trabalho envolveu uma ida a campo na Vila Amazônia novamente no ano de 2024 para composição do vídeo e elaboração de roteiro de edição. Ao final da atividade foi exibido o vídeo no laboratório de Webjornalismo aos alunos que participaram da produção para avaliação da atividade. O vídeo foi exibido nas redes sociais da Agência em outubro de 2024.

Na terceira e última etapa dessa fase de criação no mês de Agosto de 2024, a Agência voltou suas atividades para a assessoria de comunicação do curso de Jornalismo, fragilizado por conta da evasão que assola o curso desde a pandemia em 2020. Nessa etapa, a coordenação ficou a cargo do técnico Jousefe Mattos que junto com o Bolsista Jailson Amazonas e os professores Helder Ronan e Sebastião Nascimento planejaram um evento de 02 dias na Escola Estadual Deputado Gláucio Gonçalves, a fim de divulgar o curso de Jornalismo do ICSEZ. O evento foi um sucesso e mostrou que o curso requer um trabalho sério de planejamento de comunicação que pode ser a partir da própria agência

PRINCIPAIS RESULTADOS

Destacamos alguns impactos do projeto durante o processo de criação da Agência Amanayé, tais como:

1. Maior compreensão dos alunos entre Ensino e Extensão; (ótimo)
2. Trabalho coletivo (bom). Houve maior aproximação entre docentes, técnicos e discentes na construção e funcionamento da agência. (bom);
3. Maior compreensão pelas comunidades ribeirinhas, no caso dos agricultores, do papel da universidade na produção do conhecimento e compartilhamento nesses territórios.

A execução do projeto da Agência Experimental de Comunicação Amanayé trouxe impactos significativos e multifacetados para a comunidade acadêmica e para a sociedade em geral. Inicialmente, é importante destacar que o grau de impacto deste projeto foi classificado como "bom", refletindo a eficácia das ações desenvolvidas e a receptividade do público-alvo. A participação ativa dos alunos, especialmente dos bolsistas, foi um dos fatores decisivos para o sucesso do projeto, promovendo um ambiente de aprendizado colaborativo que beneficiou tanto os estudantes quanto as comunidades atendidas.

Um dos principais impactos está relacionado à formação prática dos alunos de jornalismo. A experiência adquirida na agência permitiu aos estudantes vivenciarem a rotina profissional de uma agência de comunicação, desenvolvendo habilidades essenciais para sua futura atuação no mercado de trabalho. Ao se depararem com projetos

de comunicação voltados para problemáticas sociais, os alunos são incentivados a pensar criticamente e a atuar de forma ética, contribuindo para a construção de uma nova geração de jornalistas mais comprometidos com a realidade da Amazônia.

Além disso, a parceria com o Grupo Águia Rural, localizada na Vila Amazônia, evidencia outro aspecto positivo do projeto: a aproximação entre a universidade e a comunidade local. A produção de conteúdos, como campanhas de comunicação, vídeos institucionais e a criação de um site, proporciona ao grupo de agricultores uma organização mais eficaz em suas ações e divulgação de seus trabalhos. Essa colaboração resulta em um fortalecimento do capital social da comunidade e contribui para a visibilidade das necessidades e potencialidades locais.

Por outro lado, o projeto também enfrenta desafios intrínsecos ao contexto em que está inserido, como a evasão dos alunos do curso de jornalismo e a necessidade de um planejamento estratégico para superar as dificuldades impostas pela pandemia. A realização de eventos e atividades formativas voltadas para a divulgação do curso demonstra a intenção de revitalizar o interesse dos estudantes, além de promover um engajamento contínuo com a comunidade acadêmica e a sociedade em geral.

Em síntese, a Agência Experimental de Comunicação Amanayè tem o potencial de gerar impactos positivos não apenas na formação profissional dos alunos, mas também na melhoria da comunicação social e no fortalecimento de vínculos entre a universidade e a comunidade, além do fortalecimento do curso e sua permanência no município de Parintins, consolidando um modelo de extensão universitária que é relevante, transformador e alinhado com as demandas do Baixo Amazonas. Com isso, espera-se que o projeto não apenas alcance suas metas de curto prazo, mas que também reverbere em transformações duradouras na cultura comunicacional da região.

CONCLUSÃO

A experiência de implantação da Agência Amanayè foi exitosa à medida que foi uma construção coletiva com os alunos e técnicos. Os alunos abraçaram a ideia e participaram das etapas de sua constituição. E os resultados foram para além das expectativas: a Agência tem um site com o registro de todas as ações durante esse um ano de funcionamento, constituindo a memória dessas atividades do curso. A agência fez uma parceria importante com a comunidade, os agricultores de Vila Amazônia, grupo que não

tinha um planejamento de comunicação e de suas atividades. Para eles a agência produziu uma campanha, um site institucional e um vídeo. No âmbito interno do curso de Jornalismo a Agência mostrou que as demandas são grandes, tanto na comunidade como na própria universidade.

REFERÊNCIAS

- DUARTE, Jorge (org.). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2018.
- GOMES, Elisabeth. Inteligência competitiva: como transformar informação em um negócio lucrativo. 2001.
- HERNANDES, Nilton. Mídia e seus truques: o que jornal, revista, tv, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Editora Contexto, 2006.
- HIAM, Alexander. Marketing para leigos. Editora Alta Books, 2011.
- LORENZON, Gilberto; MAWAKDIYE, Alberto. Manual de assessoria de imprensa. 3. ed. Campos do Jordão, SP: Mantiqueira, 2011.
- TORQUATO, Gaudêncio. Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceito, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. 7. ed.. São Paulo, SP: Summus Editorial, 1986
- MARCHIORI, Marlene. (org). Faces da cultura e da Comunicação Organizacional. São Caetano do Sul: Difusão, 2010.
- MORGAN, Gareth. Imagens da organização. São Paulo: Atlas, 1996