

Benedito Dielcio Moreira
Aclyse Mattos
(Organizadores)

Educomunicação e Transmídia: um Encontro na Escola dos Media, Ciência e Saberes Populares



Cuiabá-MT
2019

Agência Universitária de Notícias (AUN/USP): ensino de jornalismo, ciência, tecnologia, cultura e inovação¹

André Chaves de Melo Silva

Leandra Rajczuk Martins

A Agência Universitária de Notícias (AUN), mídia mantida pela disciplina obrigatória CJE0590 Laboratório de Jornalismo – Agência de Notícias fez, em 2017, 50 anos. Pioneira no Brasil na área do ensino de jornalismo em agências, essa mídia, vinculada ao Departamento de Jornalismo e Editoração (CJE), da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), foi criada em 1967 pelo jornalista e professor José de Freitas Nobre (1921-1990) com o objetivo de ser um canal de comunicação de notícias sobre a produção científica e cultural da Universidade de São Paulo (USP) para a sociedade brasileira.

Mídia mais antiga da USP, criada apenas um ano depois da fundação da ECA – que inicialmente recebeu o nome de Escola de Comunicações Culturais (ECC) – suas matérias são produzidas por alunos da referida disciplina, que até o final de 2015 se chamava Laboratório de Jornalismo Impresso I. O novo nome foi criado a partir das discussões ocorridas no CJE no âmbito dos trabalhos da Comissão de Reforma Curricular do Curso de Jornalismo – da qual os autores deste artigo participaram como membros titulares nomeados pela Chefia do Departamento –, como forma de situar conceitualmente, de maneira mais precisa, o trabalho atualmente desenvolvido na disciplina, a partir de uma mídia que desde o ano de 2000 publica seus boletins noticiosos exclusivamente na Internet (www.usp.br/aun).

Atualmente, a AUN conta com dois professores responsáveis pela disciplina, enquanto a edição de conteúdo é feita por uma profissional jornalista/pesquisadora, mestre em Ciências da Comunicação e doutora em Educação. A Agência também tem, em sua equipe, uma profissional webdesigner.

1 Uma outra versão deste artigo foi apresentada no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, e publicada nos Anais do evento.



São cerca de 30 alunos por semestre, responsáveis pela cobertura dos assuntos relacionados às unidades que compõem a Universidade – ou seja, sua cobertura se organiza a partir de setoristas –, e cada um tem que produzir cerca de 12 matérias, todas relativas a assuntos inéditos, o que permite a esta mídia universitária mostrar para a sociedade boa parte da produção científica e cultural da USP.

O sistema de organização da AUN torna possível a produção e publicação de uma média de 300 a 400 matérias por semestre (incluindo notícias e grandes reportagens), o que contabiliza um total de dezenas de milhares de textos ao longo deste meio século de atividades. Isso sem contar os outros trabalhos desenvolvidos pela disciplina, ministrada em seis horas/aula semanais, como leituras, análises, visitas a outras agências e outros textos diversos.

Os conteúdos produzidos pela AUN são, tradicionalmente, republicados ou pautam a ação de outras mídias, o que amplia a divulgação da USP e a aproxima da sociedade.

Trata-se, portanto, de uma experiência laboratorial didática pioneira, pois a AUN consegue aliar teoria e prática de maneira única no ensino do jornalismo, dado que proporciona um contato efetivo com todo o fazer dos veículos de comunicação e, ao mesmo tempo, aproxima os alunos dos processos de produção da ciência, tecnologia, cultura e inovação.

A criação da AUN ocorreu em um momento político importante na América Latina, dentro das perspectivas de uma nova ordem mundial. O Relatório McBride (1975) propunha a criação de sistemas alternativos de informação nos países do chamado Terceiro Mundo como estratégia para diminuir a influência do noticiário gerado nos grandes centros internacionais e distribuído em massa pelas agências transnacionais.

Na Colômbia já estava em curso uma experiência nesse sentido, criada pelo Centro Internacional de Produção de Material Científico e Educativo (Cimpec), órgão ligado à Organização dos Estados Americanos (OEA), o qual passou a produzir e distribuir para veículos de comunicação um boletim com informações científicas e tecnológicas. Assim, a Escola de Comunicações e Artes da USP se encarregou da tradução das notícias do espanhol para o português, além da distribuição desse material para os jornais, rádios e TVs do Brasil, por meio da AUN.

Pouco depois a ECA não renovou o convênio com o Cimpec e a AUN foi incorporada à disciplina Jornalismo Informativo. Os custos eram significativamente menores que os de qualquer outro veículo laboratorial



e, como resultados quase que imediatos, a produção individual dos alunos aumentou sensivelmente e os objetivos educacionais e a filosofia editorial ficaram bem mais nítidos.

Inicialmente faltava à AUN periodicidade regular, o que prejudicava a finalidade básica de oferecer aos alunos a possibilidade de um ambiente de intensa aprendizagem teórica e prática na captação de informações, redação, revisão e edição de notícias, pautado pela pressão do tempo, uma das características fundamentais da atividade jornalística. Por isso, também não era viável trabalhar com o indispensável conceito de atualidade aos temas veiculados nos boletins.

Fundada em pleno regime ditatorial, a AUN sofreu com o acirramento dos ânimos e das discussões no âmbito da Universidade, situação potencializada pela reforma universitária que mudaria de maneira profunda e decisiva os rumos da instituição.

O primeiro teste da Agência Universitária de Notícias seria a cobertura de um evento internacional sobre pesquisa em TV e Cinema, que ocorreria no final de junho de 1968. A AUN faria a cobertura, entrando em funcionamento efetivo após alguns números experimentais elaborados pelos alunos sob a supervisão de Freitas Nobre. A Mesa-Redonda sobre Pesquisa em TV e Cinema na América Latina, promovido pela Unesco, pela ECC e pelo Ministério das Relações Exteriores contou com a presença do pensador Edgar Morin, o cineasta italiano Roberto Rossellini e Glauber Rocha (SANTOS, 2007, p. 143).

O evento foi invadido pelos alunos, que fizeram um protesto contra a reforma universitária. Resultado: os professores responsáveis decidiram interromper as atividades, dadas as pressões que poderiam comprometer a imparcialidade do noticiário (BERNARDES, 2001, p. 22).

Na sequência, o roubo do mimeógrafo e das quatro máquinas de escrever causaram a interrupção do boletim da AUN até 1971. Depois de algumas aparições aleatórias, nesse ano, a partir da parceria com o Cimpec, a AUN conseguiu ter periodicidade semanal.

A proposta era atuar como uma agência alternativa às informações publicadas pelas grandes agências internacionais (AFP, AP, UPI, Reuters, entre outras),



tendo como preocupação maior a ciência e tecnologia produzidas pelos países da América Latina. O conteúdo era bem definido (matérias produzidas pelo Cimpec). O veículo era um boletim semanal mimeografado, algumas matérias eram acompanhadas de fotos, também produzidas e distribuídas pelo Cimpec. O público receptor desse material era basicamente toda a imprensa escrita brasileira, a começar pelos grandes jornais situados no eixo mais desenvolvido – São Paulo e Rio de Janeiro. Os boletins eram produzidos independente das disciplinas ministradas no curso de Jornalismo. Entretanto, o trabalho dos alunos era supervisionado por professores e monitores da ECA (SILVA; MARTINS; PROENÇA, 2014, p. 4).

Um ano depois, a disciplina Jornalismo Informativo absorveu a AUN, incorporando-a ao currículo do curso de Jornalismo. A partir daí, além das traduções, a AUN passou a contar com a produção de um noticiário local sobre as pesquisas desenvolvidas pela USP, o que permitiu aos alunos a inserção nas rotinas de captação noticiosa e edição. Por outro lado, essa mudança, essencial para o perfil atual da Agência, partiu da percepção da deficiência da imprensa nacional na cobertura de ciência e tecnologia. Além de ampliar a quantidade de material informativo disponível sobre a temática citada, uma das metas da AUN passou a ser a revelação de novas fontes, evitando a redundância que caracterizava o noticiário:

Nessa nova fase, o primeiro passo foi implantar uma periodicidade semanal rigorosa para as edições, mesmo durante as férias escolares, e funcionamento ininterrupto, atributos indispensáveis à credibilidade do veículo e ao próprio treinamento profissional dos alunos. Isso foi obtido com a montagem de infraestrutura para a Agência (corpo redacional fixo e recursos materiais de composição, impressão, acabamento e distribuição) (SILVA; MARTINS; PROENÇA, 2014, p. 4).

Após esse período de estabilidade, que se estendeu até 1975, uma série de fatores dificultaram a manutenção de sua periodicidade. A publicação de uma matéria sobre pesquisa (dissertação de mestrado) da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP (FAU), que criticava o Banco Nacional da Habitação (BNH), uma das meninas dos olhos do regime militar (1964-1985), gerou dificuldades para a Agência. Na sequência, a saída dos



professores Cremilda Medina e Paulo Roberto Leandro marcou o início de uma nova fase de instabilidade, que acabou apenas no final da década de 1970 (SANTOS, 2007, p. 148).

Segunda fase

Essa fase da Agência foi marcada pela dedicação de diversos professores e, em especial, pela contratação do professor José Luiz Proença (1977), que continua até hoje como um dos professores responsáveis pela AUN. Além da manutenção da divulgação das pesquisas geradas pela USP, o sentido inverso passou a ser valorizado, com a cobertura de fatos da vida nacional e internacional, os quais passaram a serem levados para a comunidade acadêmica uspiana para que seus cientistas pudessem se manifestar e, eventualmente, propor mudanças.

O novo direcionamento permitiu o aprofundamento do caráter de prestação de serviço público da AUN (PROENÇA, 2007):

Na condição de órgão laboratorial do curso de Jornalismo, a Agência Universitária de Notícias (AUN) sempre teve estrita vinculação com as disciplinas que compõem a rede curricular. Sua articulação com as disciplinas teóricas se evidencia pelo fato de constituir realização prática dos objetivos gerais por meio do contato dos estudantes com o nível profissionalizante do curso (SILVA; MARTINS; PROENÇA, 2014, p. 5).

Essa fase também foi marcada pelo surgimento do primeiro site da Agência na Internet e pela extinção de seu boletim na versão impressa.

Terceira Fase

Essa fase da AUN tem como marco a criação de outro site (abril de 2013), baseado em estudos de usabilidade e organização editorial. Esses estudos foram desenvolvidos no período de 2009 ao início de 2012, junto aos alunos da disciplina e se basearam na coleta de informações sobre as representações dos alunos sobre o papel social da disciplina e da AUN, suas dinâmicas de produção e na realização de diagnósticos sobre expectativas sociais dos leitores da mídia. Esses dados foram fundamentais para a estruturação do novo site em sete editorias, as quais foram organizadas a partir de afinidades temáticas e demandas de leituras.



São elas: Arte e Cultura, Ciência e Tecnologia, Economia e Política, Educação, Meio Ambiente, Saúde e Sociedade. Para tanto, nos apoiamos nas ideias e conceitos do pesquisador romeno Serge Moscovici sobre representações sociais e suas relações com os processos de comunicação, os quais, na sociedade contemporânea, têm adquirido importância cada vez maior nos processos de construção de novos conhecimentos.

(...) Foi fundamental, desde o início [do estudo das representações sociais], estabelecer a relação entre comunicação e representações sociais. Uma condiciona a outra, porque nós não podemos comunicar, sem que partilhemos determinadas representações e uma representação é compartilhada e entra na nossa herança social, quando ela se torna um objeto de interesse e de comunicação (MOSCOVICI, 2003, p. 371 e 372).

Ou, de maneira complementar: “(...) as observações de nossa consciência e as representações são elaboradas durante nossas comunicações. (...) podemos dizer que ‘o que’ as pessoas pensam determina ‘como’ elas pensam.” (MOSCOVICI, 2003, p. 211 e 331). Moscovici defende um estudo mais profundo do fenômeno comunicacional enquanto elemento inserido em todas as dinâmicas da vida social:

(...) A cultura é criada pela e através da comunicação; e os princípios organizacionais da comunicação refletem as relações sociais que estão implícitas neles. É por isso que nós devemos enfrentar a comunicação dentro de uma perspectiva nova e mais ampla. Até agora, ela foi considerada principalmente como uma técnica, como um meio para a realização de fins que são externos a ela. O estudo da comunicação pode-se tornar um objeto adequado da ciência se nós mudarmos essa perspectiva e passarmos a entender a comunicação como um processo autônomo, que existe em todos os níveis da vida social (MOSCOVICI, 2003, p. 155 e 156).

Outras modificações fundamentais, introduzidas a partir dos resultados das ações de pesquisa diagnóstica, foram a reestruturação do *mailing list* – que conta, atualmente, com milhares de assinantes – e de uma página na rede social *Facebook* (<https://www.facebook.com/aunecausp>).



Como resultado desse conjunto de modificações, a AUN já contabilizou quase 1,2 milhão de visualizações desde 2013, incluindo leitores assíduos em diversos países, de todos os continentes. Depois do Brasil (92,19%), Portugal (2,24%), Estados Unidos (1,28%), Angola (0,53%), Índia (0,41%), Moçambique (0,35%), Reino Unido (0,21%), Espanha (0,18%), Quênia (0,15%) e França (0,15%) integram o grupo dos dez países com os leitores mais assíduos. Também chama a atenção o fato de, após os leitores de língua portuguesa, a AUN ter como segundo grupo de leitores mais assíduos os habitantes de países de língua inglesa, apesar de seu site não ser bilíngue.

Em termos temáticos, as matérias da editoria de saúde são as mais visitadas. Atribuímos esse fenômeno ao fato dos assuntos de saúde incidirem diretamente no cotidiano das pessoas², o que explica, inclusive, o aumento do espaço da cobertura de saúde em diversas mídias, em detrimento, muitas vezes, da editoria de ciência e tecnologia, na qual, em diversos casos, dependendo da publicação, a própria editoria de saúde teve sua origem, sendo, depois, desmembrada. A matéria campeã de audiência da AUN é *Saúde pública e saúde coletiva: diferenças e semelhanças* (publicada em 14/10/2005), com mais de 34 mil acessos entre os anos de 2013 e 2016, período em que começamos a realizar pesquisas e medições de acesso no site da Agência.

Outra conquista foi a obtenção, em 2015, do número ISSN 2359-5191 (International Standard Serial Number) para a Agência, o que a coloca no seleto grupo de publicações de alta qualidade que possuem esse número. O resultado é que o número permitiu maior inserção internacional da AUN, dado que o ISSN é o único identificador de padrão internacional, o qual permite precisão na identificação e mapeamento da publicação e sua distribuição.

No mesmo ano, a AUN estabeleceu uma parceria com o Sistema Integrado de Bibliotecas (SIBi), órgão gestor do Portal de Revistas da USP, com o objetivo de realizar ações de divulgação científica. A partir daí,

(...) a AUN passou a ter setoristas designados para cobrir a produção publicada nas revistas científicas da Universidade, ato que colaborou para a entrada

2 Para mais informações sobre esse fenômeno ver: BURKETT, Warren. *Jornalismo Científico: Como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação*. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 1990.



do Portal de Revistas no *Ranking Web of Repositories*, mantido pelo *Webometrics Ranking of World Universities*, uma iniciativa do *Cybermetrics Lab*, grupo de pesquisa do *Conselho Superior de Investigações Científicas (CSIC)*, da Espanha (SILVA; MARTINS; SERRADAS, 2016, p. 41).

Em abril de 2016, depois do aprimoramento das experiências obtidas com o novo site, a AUN lançou, experimentalmente, outra página na internet, a qual aprofundou as modificações introduzidas três anos antes e valorizou os processos de convergência, incluindo a interação com produções em WebTV e de permitir a leitura em aparelhos celulares, outra demanda detectada a partir dos diagnósticos realizados anteriormente.

Os primeiros estudos realizados sobre os resultados do desenvolvimento de um site estruturado para a leitura por meio de aparelhos celulares mostraram o rápido e significativo crescimento dessa forma de acesso à AUN. Antes, os acessos ao site da Agência por meio dessa tecnologia ficavam no patamar de 29,41%. Em apenas quatro meses (abril a julho de 2016), esse percentual saltou para 43,57%, o que significa um crescimento de cerca de 50%. Se continuar assim, é possível que, em breve, o acesso à AUN via celulares supere a marca dos computadores, hoje na faixa dos 53,57%.

Além disso, entre os anos de 2014 e 2016, a AUN tem sido presença constante entre os finalistas das edições do Prêmio ABAG/RP de Jornalismo José Hamilton Ribeiro, oferecido pela Associação Brasileira do Agronegócio da Região de Ribeirão Preto. Na 7ª edição (2014), a aluna Thais Freitas do Vale conquistou o 1º lugar na modalidade escrita, com a matéria *O Verdadeiro Agronegócio Brasileiro*, que se baseou nas discussões realizadas no âmbito do *I Simpósio O Agronegócio no Brasil e no Mundo e suas relações com o Jornalismo*.

Em 2015, foi a vez das alunas Dimíttria de Faria Coutinho e Beatriz Quesada, que tiveram seus trabalhos selecionados entre os dez melhores da categoria Jovem Talento, modalidade Mídia Escrita, respectivamente, com as reportagens *Vai de álcool ou gasolina?* e *Sustentabilidade no agronegócio é impulsionada por demandas do mercado e da sociedade*.

E, no ano de 2016, a AUN classificou mais três finalistas no Prêmio, novamente na categoria Jovem Talento: Flávio Ismerim (*No Brasil, o ouro negro não vem só do mar*), Victória de Santi Serafim (*Integração Lavoura-Pecuária-Floresta*) e Helena Mega (*A produção de seda no Brasil*).



Outra novidade desse período é que a AUN, além da publicação de notícias, também começou a desenvolver e publicar grandes reportagens, voltadas para a cobertura da complexidade de temas de fronteira do universo da ciência e da tecnologia.

Fase Atual

Esta fase foi iniciada em março de 2017, com o lançamento de um novo portal de notícias da AUN na internet, o qual marca as comemorações dos 50 anos da Agência, completados em 2017, e aprofunda todas as alterações e experiências iniciadas nas outras fases.

Outra ação voltada para as comemorações dos 50 Anos da AUN foi a criação, no ano passado, de um ciclo de palestras com professores e ex-alunos que passaram pela Agência, além de profissionais do setor, o que gerou uma série de notícias. Outra ação será a publicação, em formato de e-book, dessas palestras, como forma de garantir o registro da memória dos que participaram ativamente da AUN ao longo destas cinco décadas.

Cabe destacar que a nova fase somente está sendo possível graças à recente constituição de uma equipe fixa de profissionais altamente especializados – que desenvolvem, ainda, diversas outras atividades e atribuições na ECA –, conforme citado anteriormente – além dos dois professores responsáveis –, sem os quais a manutenção da publicação de um boletim noticioso diário de qualidade, em suas diferentes entradas (site, *mailing list* e *Facebook*), reconhecido pela comunidade uspiana e de outras instituições de ensino e pesquisa, bem como pelos jornalistas que utilizam cotidianamente os conteúdos veiculados pela AUN, seria inviável.

Os alunos são o ponto central do trabalho desenvolvido. Distribuídos pelas diversas unidades da USP, como repórteres/setoristas, descobrem e escolhem os assuntos que serão transformados em notícias, submetendo-as aos professores responsáveis. “No caso da grande imprensa, os jornais utilizam o material como pauta e, nas demais publicações, o mesmo é aproveitado, quase sempre, na íntegra.” (SILVA; MARTINS; PROENÇA, 2014, p. 7).

Além de ser um laboratório fundamental para a aprendizagem dos alunos, a AUN também é um dos principais canais de comunicação da Universidade de São Paulo com a sociedade, que recebe informações sobre o que a instituição produz.



Levando em consideração a dupla função social da AUN, estamos pesquisando como a produção da AUN interage com as representações da Universidade previamente apresentadas pela população, modificando estas representações e colaborando na produção de novos conhecimentos. “(...) todas as formas de crença, ideologias, conhecimento, incluindo até mesmo a ciência, são, de um modo ou de outro, representações sociais” (MOSCOVICI, 2003, p. 198).

Segundo Moscovici:

Toda a representação social é constituída como um processo em que se pode localizar uma origem, mas uma origem que é sempre inacabada, a tal ponto que outros fatos e discursos virão nutri-la ou corrompê-la. É ao mesmo tempo importante especificar como esses processos se desenvolvem socialmente e como são organizados cognitivamente em termos de arranjos de significações e de uma ação sobre suas referências. Uma reflexão sobre as maneiras de enfocar os fatos da linguagem e da imagem é aqui fundamental (MOSCOVICI, 2003, p. 218).

Graças à nova dinâmica, baseada em pesquisas e mudanças constantes, a AUN tem conseguido manter um fluxo informativo diário, superando as dificuldades de periodicidade do passado e continua preparando novos estudos que visam o constante aprimoramento do trabalho desenvolvido.

Referências

BERNARDES, Júlio. **Projeto e Práticas**: Uma História do Jornal do Campus e dos Jornais-laboratório do curso de Jornalismo da ECA-USP. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). ECA/USP, São Paulo, SP, 2001.

BURKETT, Warren. **Jornalismo Científico**: Como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 1990.

MOSCOVICI, Serge. **Representações Sociais**: Investigações em Psicologia Social. Editora Vozes, 4ª edição, Petrópolis, 2003.

PROENÇA, José Luiz. Laboratórios didáticos: pioneirismo e atualidade da AUN. **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.



SANTOS, Fernando M. Dos Laboratórios Universitários à Mídia (A Divulgação Científica nas Universidades Públicas Paulistas). **Mestrado, UMESP**, S. Bernardo do Campo, 1999.

_____. Prática e aprendizado (a importância da Agência Universitária de Notícias como jornal-laboratório). São Paulo, **Doutorado. ECA/USP**, 2007.

SILVA, André Chaves de Melo; MARTINS, Leandra Rajczuk; PROENÇA, José Luiz. Imprensa universitária no Brasil: a trajetória da Agência Universitária de Notícias (AUN) durante a ditadura militar e no novo período democrático. In: **Revista Extraprensa: Cultura e Comunicação na América Latina. Alternativas na Produção Midiática**. Vol. 8, n. 1, p. 142-150. Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação (Celacc)/Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). São Paulo, 2014.

SILVA, André Chaves de Melo; MARTINS, Leandra Rajczuk; SERRADAS, André. Agência Universitária de Notícias (AUN) e Sistema Integrado de Bibliotecas: uma parceria pela democratização do acesso à informação científica. In: **Revista Alterjor**. Ano 7, vol. 1, ed. 13, janeiro-junho de 2016, p. 40-49. Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo do Departamento de Jornalismo e Editoração (CJE) da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, SP.

