



## **Jornal-mural Personalidade<sup>1</sup>**

Willian Marcondes BRESSAN<sup>2</sup>  
Diego Henrique da SILVA<sup>3</sup>  
Dilair Maria QUEIROZ<sup>4</sup>  
Juliana Castilho GUERRA<sup>5</sup>  
Aline Katielle Reis SANTOS<sup>6</sup>  
Tamyres ANTUNES<sup>7</sup>  
Renata Caroline PENKA<sup>8</sup>  
Emerson de Castro Firmo da SILVA<sup>9</sup>  
Elza Aparecida de OLIVEIRA FILHA<sup>10</sup>

Universidade Positivo, Curitiba, PR

### **RESUMO**

O jornal-mural Personalidade é um veículo de comunicação interna que visa colaborar na interação entre alunos de diferentes cursos e turnos do curso de jornalismo da Universidade Positivo. Constitui um meio informativo laboratorial, apostando no experimentalismo tanto nos aspectos narrativo, gráfico/ visual e fotográfico. A cada edição o perfil de determinado aluno é divulgado, tendo uma diagramação customizada de acordo com a publicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação institucional, comunicação interna, jornalismo literário, jornal-mural, perfil.

### **INTRODUÇÃO**

O jornal-mural Personalidade é um veículo de comunicação que divulga semanalmente o perfil de um estudante do curso de jornalismo de determinada universidade<sup>11</sup>. Constitui-se ferramenta de contribuição para que os estudantes de diferentes turnos e turmas possam se conhecer melhor.

Todo o material produzido é orientado e supervisionado pelo professor orientador do projeto, que colabora de múltiplas formas como em sugestões de entrevistas, planejamento e revisão final.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XI Prêmio Expocom Sul 2010, na Categoria Jornalismo modalidade Jornal-mural laboratório (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: wbressan@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso Jornalismo, email: edieghenrique@hotmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Jornalismo, email: dilairqueiroz@hotmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 5º semestre do Curso de Jornalismo, email: julianaguerra@up.edu.br

<sup>6</sup> Estudante do 3º semestre do Curso de Jornalismo, email: sccpaline@gmail.com

<sup>7</sup> Estudante do 5º semestre do Curso de Jornalismo, email: tamyantune@gmail.com.

<sup>8</sup> Recém graduada no curso de Jornalismo, email: renatapenka@hotmail.com.

<sup>9</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Jornalismo email: teoriacastro@yahoo.com.br

<sup>10</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso Jornalismo email: teoriacastro@yahoo.com.br



O jornal-mural tem formato A3 e é impresso em cores no papel *couché*. Para tanto, utiliza-se o serviço de impressão da empresa situada no próprio campus da instituição, o que colabora na rapidez do processo.

Os textos com os perfis têm entre 1.800 e 2.500 caracteres. São ilustrados com fotografias do(a) personagem, em que a maioria é acervo do arquivo pessoal do(a) próprio(a) entrevistado(a).

A narrativa não é regrada por nenhum manual de redação ou diretriz editorial. Cabe ao repórter/ redator do perfil escolher o estilo e a forma com que vai tratar o texto, podendo complementá-lo com subtítulo, gravata ou *box*. Com isso, busca-se estimular a inovação e a escrita criativa, por meio do jornalismo literário e do *new journalism*.

“Perfil ou reportagem-perfil faz parte do gênero jornalístico informativo. E, dentro dessa classificação, podemos inseri-lo na categoria dos textos noticiosos chamados de feature, ou seja, uma notícia apresentada em dimensões que vão além do seu caráter e imediato, em estilo mais criativo e menos formal. Nessa categoria estão incluídos os perfis e as histórias de interesse humano” (LENE, 2006).

Ainda fazendo menção ao texto, o Personalidade atua como forma de praticar o gênero jornalístico citado por Lene: o perfil. Sergio Vilas Boas também nos faz uma contribuição a esse respeito. Ele acredita que, diferentemente das biografias em livro, em que os autores exploram inúmeros detalhes do biografado, os perfis podem mencionar apenas alguns momentos da vida da pessoa. Trata-se de um texto curto, tanto em seu tamanho, quanto no tempo de validade de algumas informações. (VILAS BOAS, 2003).

A exposição de recortes da vida de diferentes estudantes auxilia no processo de conhecimento mútuo. Mesmo estando em diferentes turmas e turnos, a distância física e temporal não impossibilita que os alunos se conheçam um pouco mais.

O público-alvo possui idade entre 17 e 25 anos. Visando agradar tal público, há uma preocupação com a atratividade visual do jornal-mural. A cada edição é veiculada uma diagramação diferenciada, o que reforça o aspecto de “conteúdo-novidade”, não optando por um projeto gráfico único, uma vez que, cada entrevistado possui características próprias. Jan White acredita no poder de conquista do leitor por meio dos aspectos gráficos.

“As pessoas resistem a se envolver. Elas têm medo. Raramente querem ler ou examinar detidamente. Vivem apressadas – e um monte de coisas impressas reclama sua atenção ao mesmo tempo. Elas pesam o custo/ benefício do esforço e tempo investidos em relação ao resultado que podem obter (...). Se forem fisgadas, podem começar a ler (...)” (WHITE, 2006, p.9).



## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo Geral**

Promover e criar vínculos de comunicação entre alunos e professores do curso de jornalismo de determinada instituição, ainda que os estudantes sejam de diferentes turmas e turnos. Apesar da distância física e temporal, busca-se criar meios para que possam se conhecer um pouco mais.

### **2.2 Objetivos Específicos**

#### **2.2.1 Quanto ao aluno responsável pela produção do Personalidade**

- Colaborar na formação de um jornalista com abrangentes conhecimentos gerais e humanísticos, capacidade técnica, sólidos princípios éticos e responsabilidade social. Tudo isso visando contribuir para o enriquecimento cultural, social e político do público-alvo e consequentemente da sociedade.

#### **2.2.2 Quanto ao público-alvo**

- Fornecer conteúdo informativo visando subsidiar aos alunos de jornalismo o conhecimento mútuo acerca das atividades desenvolvidas pelos diversos alunos que tem o perfil exposto no jornal-mural;
- Estimular a comunicação entre as diferentes turmas e turnos;
- Fortalecer a comunicação interna em geral;
- Promover e criar laços de comunicação entre os alunos e professores;
- Minimizar a falta de contato humano entre os diferentes estudantes do curso.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Com a crescente tendência contemporânea, instigada pelo sistema econômico capitalista, de fazer com que todas as pessoas acreditem que a maior parte de seu tempo deve ser preenchida com algo produtivo (no caso, com o trabalho) leva as pessoas a terem cada vez, menos contato.

O jornal-mural Personalidade colabora para que tal distanciação entre os alunos do curso seja minimizada. Através da exposição dos perfis, fotos e contato dos entrevistados, os estudantes têm uma oportunidade de se conhecerem mais. O veículo não possui a proposta de anular a importância dos encontros interpessoais, mas acaba sendo uma alternativa de socialização dentro do curso de jornalismo.



A criação desses laços de comunicação é relevante, sobretudo num curso de comunicação social onde o estabelecimento de fontes de contato pode facilitar muito o trabalho dos(as) futuros(as) jornalistas.

Marchiori (2005), citada por Cristina Soares Mereu, acredita no público receptor como peça chave na comunicação:

“(…) as pessoas são fatores de extrema importância dentro de um sistema cultural e devem ser vistas como produtores humanos, capazes de idealizar e executar. Um sistema cultural não pode existir sem a comunicação entre as pessoas, ‘primordial em qualquer processo organizacional – pois possibilita a troca de informações, que se traduzem em experiência e conhecimento, entre indivíduos que pertencem a uma determinada sociedade, aqui entendida como organização’ ” (MARCHIORI, 2005 apud MEREU, 2006, p. 17).

Deve-se considerar que o conteúdo e a forma que o produto é apresentado buscam se adaptar ao contexto vivido por grande parte do público-alvo. Tal público necessita estar em contato com farto volume de informações advindas dos mais diversos produtos jornalísticos (telejornais, revistas, jornais impressos, *sites*, radiojornais e etc.), o que gera a precisão do consumo rápido de conteúdos tidos como de “segunda necessidade”. E o veículo de comunicação proposto neste projeto pode ser, justamente, apreciado numa leitura rápida diante de um mural.

Levando em consideração a linguagem própria desse veículo de comunicação, sempre se observam seus aspectos intrínsecos, que são citados pelo relações-públicas Fábio França:

“Ao ser instalado deve estar ao nível dos olhos; nada de notícias muito acima ou muito abaixo desse padrão. Os textos precisam ser apresentados em corpos grandes, se forem impressos, podem ser ampliados para que sejam lidos à boa distância, sem dificuldade. Outra preocupação com o JM [jornal-mural] é o seu *layout*. Espera-se uma programação visual bem feita, as notícias bem distribuídas e dispostas de forma agradável. Essa diagramação precisa ser estudada, levando-se em conta o volume e o tipo de notícias que serão divulgadas” (FRANÇA, 2009).

Deve-se observar, ainda, a existência de outras condições favoráveis ao desenvolvimento do projeto, como a presença de murais fixos em todas as salas de aula e dos laboratórios de comunicação. Ao todo são 12 locais<sup>12</sup> que podem abrigar os jornais-

---

<sup>12</sup> Estúdio de fotojornalismo, estúdio de TV, estúdio de edição em radiojornalismo, estúdio do radiojornal-laboratório, central de jornalismo/ redação, Centro de Pesquisa em Jornalismo (Cepejor) e nas seis salas destinadas ao curso de jornalismo da instituição.



murais, o que aumenta sua capilaridade e conseqüentemente a diversificada oferta de opções em locais para a leitura do veículo.

A valorização da construção coletiva da comunicação, que respeite a diversidade e a pluralidade de vozes, é fator extremamente benéfico à sociedade. Pensando nesse valor, o jornal-mural *Personalidade* adota uma política de comunicação voltada à participação voluntária dos alunos. Isso acarreta numa prática de incentivo à democratização do conteúdo veiculado. Pensando no que foi exposto, pode-se considerar coerente a postura adotada pelo *Personalidade*, uma vez que se mantém sempre aberto à participação dos alunos.

#### **4 MÉTODOS E DESCRIÇÃO DO PROCESSO**

Um aluno, obrigatoriamente pertencente ao curso de jornalismo, é responsável por produzir o jornal-mural *Personalidade*, podendo contar com a participação de qualquer outro aluno que esteja interessado em colaborar na produção. O aluno responsável deve produzir, semanalmente, o jornal-mural. Tal produção inclui redação, diagramação, edição fotográfica, edição de texto e outros trabalhos operacionais como levar o arquivo para impressão e fixá-los nos murais específicos.

A diagramação do veículo busca sempre levar em conta características do(a) entrevistado(a), as cores que gosta, os símbolos que ajudam a identificá-lo(a) ou que se relacionam com ele(a).

A cada semana é apresentado um jornal-mural com alunos de turmas e turnos diferentes, visando oferecer conteúdo mais plural e democrático, não favorecendo, por exemplo, somente aos alunos de determinada turma.

Com a conclusão da edição, o professor orientador revisa o material, observa os pontos a serem corrigidos e define a aprovação final da publicação. O fechamento e distribuição do *Personalidade* ocorre sempre às quintas-feiras.

A aceitação/ recepção do público-alvo, que também é protagonista do projeto, vem mostrando resultados bastante positivos. Os alunos acabam se envolvendo de maneira bastante efetiva no projeto. Envia sugestões de entrevistados, produzem perfis, opinam aspectos da diagramação, colaboram com fotografias de arquivo pessoal, além de criarem redes de contato entre si por meio da divulgação de *e-mail*, telefones e/ou *blogs* no jornal-mural. A aluna Valéria<sup>13</sup>, que já foi personagem numa das edições do *Personalidade*, conta

---

<sup>13</sup> BURBELLO, Valéria. Informação recebida em jun. 2009.



que já foi até contatada por uma produtora musical que teve acesso ao conteúdo nos murais da universidade, onde constava que Valéria atua como cantora (BURBELLO, 2009, informação verbal).

## **5 CONSIDERAÇÕES**

Acredita-se que toda a dinâmica que envolve o processo de produção do jornal-mural leva os alunos participantes do projeto a entrarem em contato com a prática jornalística literária, constituindo uma forma mais livre de criação narrativa. Além disso, explora diversas outras vertentes do jornalismo como a infografia, a fotografia, a pesquisa jornalística, edição, planejamento em comunicação e prática dos conceitos básicos de diagramação e design.

Levando em consideração as declarações dos leitores, emitidas verbalmente ou via e-mail, pode-se dizer que o veículo tem bastante aceitação. Portanto, o jornal-mural cumpre sua missão no que diz respeito a agradar seu público-alvo que precisa, cada vez mais, de estar informado de forma prática e rápida, tendo em vista a sua demanda diária de leitura e estudo.

A falta de contato humano causado pela tribulação dos afazeres no dia-a-dia acaba sendo minimizada com a possibilidade da criação de vínculos comunicativos entre o repórter (emissor), o receptor (leitor) e o conteúdo principal da mensagem (personagem) utilizando-se de outras ferramentas de comunicação como o celular, o e-mail e mídias sociais digitais, que geralmente são divulgadas ao final dos textos.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FRANÇA, Fábio. **Jornal-mural: nova e eficiente opção.**

Disponível em < <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/comunicacaodirigida/0059.htm>>. Acesso em: 14 nov. 2009, às 13h20.

LENE, Hérica. **O personagem em destaque.** Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=400DAC001>>. Acesso em: 20 nov. 2009, às 14h15.

MEREU, Cristina Soares. **O jornal mural como ferramenta na comunicação interna: uma análise comparativa entre os jornais murais das empresas Emater-MG e BHTrans.** Disponível em: <<http://www.convergencia.jor.br/bancomonos/2006/cristinamereu.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2009, às 15h28.

VILAS BOAS, Sergio. **Perfis e como escrevê-los.** São Paulo: Summus, 2003.

WHITE, Jan V. Traduzido por Luis Reys Gil. **Edição e design.** São Paulo: JSN Editora, 2006.