



## Teia na Parede<sup>1</sup>

Diego Henrique da SILVA<sup>2</sup>

Dilair Maria QUEIROZ<sup>3</sup>

Aline Katielle Reis SANTOS<sup>4</sup>

Maria Nathalia CAVALCANTE<sup>5</sup>

Elza Aparecida de OLIVEIRA FILHA<sup>6</sup>

Emerson Castro Firmo da SILVA<sup>7</sup>

Universidade Positivo, Curitiba, PR

### RESUMO

O jornal-mural Teia na Parede é um veículo de comunicação interna cuja finalidade principal é manter os alunos de jornalismo da Universidade Positivo informados sobre diversos assuntos relacionados ao mundo da profissão do jornalismo e das atividades diretamente ligadas ao curso. Por meio de diagramação diferenciada, notas escritas com uma linguagem alternativa e fotografias jornalísticas e ilustrativas, a publicação semanal informa os estudantes de maneira concisa, experimental e agradável.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação institucional, comunicação interna, jornalismo alternativo, jornal-mural, juventude.

### 1. INTRODUÇÃO

O projeto constitui-se, basicamente, na publicação semanal do jornal-mural Teia na Parede, voltado aos universitários do curso de jornalismo de determinada universidade. Além de atuar no processo de comunicação interna do curso, a publicação também informa sobre o que acontece nos cenários local, regional e nacional em relação ao jornalismo. O veículo alternativo integra o Núcleo de Assessoria em Comunicação (Naco), um projeto de comunicação interna existente no curso.

O jornal-mural possui formato A3, é fixado em todos os lugares<sup>8</sup> de frequente circulação do público-alvo. É impresso em cores, no papel *couché* brilhante, contribuindo

---

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

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em jornalismo, email: ediegehennrique@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em jornalismo, email: dilairqueiroz@hotmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em jornalismo, email: scspaline@gmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em jornalismo, email: nathalia.jornal@gmail.com

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – habilitação em jornalismo, email: elzaap@hotmail.com

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – habilitação em jornalismo, email: teoriacastro@yahoo.com.br



para uma melhor qualidade estética, de valorização do conteúdo fotográfico e do produto final como um todo.

De modo geral, o jornal-mural colabora para: a) divulgar notícias relevantes relacionadas à profissão jornalismo; b) mostrar acontecimentos gerais do curso como desenvolvimento de projetos extraclasse, palestras, atividades complementares, entre outros; c) prestar serviços que ajudem no rendimento da produção jornalística como sugestão de pautas, de sites e fontes; d) noticiar atuação de alunos e professores em atividades acadêmicas como participação em seminários, congressos, concursos e afins; e) expor ações do Centro Acadêmico de Jornalismo; f) revelar oportunidades de estágios; g) promover a participação em eventos culturais da cidade; h) valorizar professores e alunos premiados por sua produção acadêmica/ científica e/ou laboratorial; h) incentivar a promoção humana através de propagação de campanhas de cidadania e solidariedade; i) comunicar ações empreendedoras de alunos; j) incentivar a participação em concursos, mostras competitivas e prêmios.

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

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 e permanente durante o ano todo. Jan V. White acredita no poder de indução do leitor por meio dos aspectos gráficos e defende a autonomia da escolha sobre onde começar a ler (o jornal-mural possui várias notas dispersas).

“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, mas poucas começam onde supomos que o farão – no início” (WHITE, 2006, p.9).

A proposta do presente projeto se adéqua a uma realidade contemporânea do consumo da notícia de forma rápida. E se adequar às condições do público, segundo

---

<sup>8</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.



Thompson<sup>9</sup>, é uma das formas que a mídia utiliza para se manter dentro de determinado ambiente social:

“(…) os produtos da mídia são recebidos por indivíduos que estão sempre situados em específicos contextos sócio-históricos. Estes contextos se caracterizam por relações de poder relativamente estáveis e por um acesso diferenciado aos diversos recursos acumulados. A atividade de recepção se realiza dentro de contextos estruturados que dependem do poder e dos recursos disponíveis aos receptores em potencial” (THOMPSON, 1998, p. 42).

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo Geral**

Manter os estudantes de jornalismo da instituição constantemente informados sobre os principais fatos que ocorrem no curso e nos cenários local, regional e nacional do jornalismo, utilizando semanalmente a ferramenta jornal-mural.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Constituir um modelo experimental/ alternativo de comunicação interna que esteja aliada à missão do curso de jornalismo da instituição;
- Colaborar na formação de jornalistas com abrangentes conhecimentos gerais e humanísticos, capacidade técnica, sólidos princípios éticos e responsabilidade social;
- Contribuir para o enriquecimento cultural, social e político do público-alvo e, conseqüentemente, da sociedade.
- Incitar a busca pela informação densa e a pesquisa jornalística;
- Estimular a comunicação entre as diferentes turmas do curso.

## **3. JUSTIFICATIVA**

Além de frequentar a universidade, o público-alvo também se ocupa com estágio, a pesquisa acadêmica e o consumo diário de diversos outros produtos jornalísticos (*sites*, jornais, revistas, telejornais e radiojornais). Em meio a tantas opções de busca de informação, a linguagem do jornal-mural caracteriza-se como estratégica. É acessível ao leitor, pois pode fazer uma rápida leitura numa breve parada em frente aos murais espalhados nos ambientes do curso. Com isso, fica informado sem precisar fazer grandes esforços.

---

<sup>9</sup> Vale lembrar que Thompson, apesar de admitir a adaptação da mídia a seu público, faz uma profunda reflexão e crítica a respeito do assunto. O recorte utilizado na citação, portanto, não deve ser encarado como postura midiática exclusivamente benéfica.



Segundo o relações-públicas Fábio França, deve-se estar atento à forma de os jornais-murais se apresentarem. Suas recomendações são, de fato, aplicadas ao Teia na Parede.

“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).

O jornal-mural valoriza, entre outros aspectos, a importância da objetividade e concisão no jornalismo. Durante sua produção, a prática da edição é constante, uma vez que, é constituído de diversas notas, que de maneira resumida deve deixar o leitor bem informado. Tais textos pequenos devem ser capazes de condensar o conteúdo de forma a facilitar o processo de leitura dinâmica. Luiz Costa Pereira Junior acredita que o ato de editar/ selecionar é uma grande responsabilidade, e que por isso deve receber atenção especial.

“Editar em meio a tanto índice informativo, comum a sociedades complexas e globalizadas, vira processo de ênfases, pesos e medidas. Sem triagem, o noticiário seria coletânea, um relatório indigesto e inaceitável. Editar significa valorizar a informação, dar peso à notícia. Hierarquizar” (JUNIOR, 2006, p. 22).

Com isso, acredita-se que o Teia na Parede se estabelece em ambiente favorável a seu desenvolvimento e, conseqüentemente, na conquista de seus objetivos.

#### **4. MÉTODO E DESCRIÇÃO DO PROCESSO**

Um aluno, obrigatoriamente pertencente ao curso de jornalismo, fica encarregado de produzir o Teia na Parede. Tal produção inclui redação, diagramação, fotografia, edição e trabalhos operacionais, como fixar os jornais-murais em todos os ambientes de circulação dos estudantes de jornalismo.

De modo geral, o veículo passa por um processo comum de produção jornalística. O aluno responsável faz todo o conteúdo necessário e conclui o produto semanalmente. O fechamento e publicação do veículo ocorrem sempre às terças-feiras. Depois de pronto, o professor orientador revisa o material, faz a observação dos pontos a serem corrigidos e define a aprovação final da publicação.



#### **4.1 A Dinâmica Metodológica do Processo de Produção**

A confecção do jornal-mural proporciona o contato com diversos processos de produção jornalística, contribuindo assim para a prática e o aperfeiçoamento do aluno responsável em relação à vivência que poderá ter no futuro, ao exercer o jornalismo profissionalmente.

Tais processos incluem os procedimentos de pauta, apuração e checagem da notícia, redação, edição de texto, fotografia, edição de foto, diagramação e fechamento de edição. Toda essa versatilidade pode ser positiva na formação acadêmica/ profissional. Conforme o Manual de Assessoria de Imprensa da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), a capacidade multifuncional do jornalista só tende a crescer.

“Esse novo comportamento é fruto da própria transformação da sociedade que exige o amadurecimento de nossas organizações e impõe que se dê satisfação aos seus vários públicos e à comunidade em geral. A evolução também impulsiona o jornalista a buscar qualificação e competência para agir com sucesso num segmento cada vez mais competitivo. Esse profissional deve se superar e dominar conhecimentos sobre outras áreas e, principalmente, deve conhecer tudo sobre todos os meios de comunicação” (FENAJ, 2001, p.3 apud CAETANO, 2008).

#### **4.2 Participação dos Alunos**

Apesar da existência de um responsável para produzir o Nacos de Notícias, há grande abertura para a participação de outros alunos da instituição. Com isso, estimula-se a valorização de um modelo coletivo de comunicação, que respeita a diversidade e a pluralidade de vozes. Pensando nesse valor, o Teia na Parede adota uma política de comunicação voltada à participação voluntária dos alunos, constituindo-se um veículo democrático.

Marchiori (2005), citada na monografia de graduação de Mereu, também 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)

Nesse sentido, pode-se considerar coerente a postura adotada pelo veículo em se manter sempre aberto à participação dos alunos. Tal participação vai muito além do que uma simples caixinha de sugestões. Os estudantes podem produzir conteúdo textual e



fotográfico sempre que desejarem, colaborando para fomentar a veiculação desse produto jornalístico.

## **5. CONSIDERAÇÕES**

Ao longo do ano foram produzidas 20 edições do jornal-mural Teia na Parede. Houve também participação na cobertura de eventos extremamente relevantes como o 32º Intercom<sup>10</sup>; o 10º Intercom Sul<sup>11</sup> e as manifestações em defesa da formação em jornalismo, realizadas em Curitiba. Devido ao êxito do projeto, a cada ano ele é renovado, sendo escolhido um novo aluno responsável e experimentando novas técnicas de redação, diagramação e fotografia.

---

<sup>10</sup> Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Curitiba (PR) no período de 04 a 07 de setembro de 2009.

<sup>11</sup> Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da região Sul, realizado em Blumenau (SC) no período de 29 a 31 de maio de 2009.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAETANO, Paulo Francisco. **Um diálogo visual**: a importância do ensino de planejamento visual gráfico na formação de profissionais da comunicação. Revista Esfera, Macaé (RJ), v. 1, n. 1, jan. jun. 2008. Disponível em <[http://www.fsma.edu.br/esfera/Artigos/Artigo\\_Paulo.pdf](http://www.fsma.edu.br/esfera/Artigos/Artigo_Paulo.pdf)>. Acesso em 16 dez. 2009, às 17h.

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.

JUNIOR, Luiz Costa Pereira. **Guia para a edição jornalística**. Petrópolis, RJ: Vozes 2006.

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.

THOMPSON, John B. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

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