



Teia na Parede¹

Diego Henrique da SILVA²

Dilair Maria QUEIROZ³

Aline Katielle Reis SANTOS⁴

Maria Nathalia CAVALCANTE⁵

Elza Aparecida de OLIVEIRA FILHA⁶

Emerson Castro Firmo da SILVA⁷

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 lugares⁸ de frequente circulação do público-alvo. É impresso em cores, no papel *couché* brilhante, contribuindo

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

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

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

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

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

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

⁷ 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

⁸ 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.



Thompson⁹, 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.

⁹ 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 Intercom¹⁰; o 10º Intercom Sul¹¹ 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.

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

¹¹ 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>. 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.