



Jornal Mural: Tecnonews¹

Elidiane Poquiviqui do NASCIMENTO²

Bárbara Vanessa Gomes de GÓES³

Bruno César Brito VIANA⁴

Ronaldo Mendes Neves M. S. c⁵

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

O gênero jornal mural sempre foi utilizado como forma de comunicação eficaz e prática. Com o desenvolvimento da tecnologia, dos novos meios de comunicação e principalmente a maior utilização da internet, ferramentas relevantes e informativas como essas foram sendo deixadas de lado. Renovando sua qualidade e aplicabilidade pode-se resgatar de forma versátil a utilização desse veículo. A partir de uma proposta da disciplina Gestão em Comunicação, foi desenvolvida a UP Comunicações, empresa que pretende oferecer veículos de comunicação para universitários.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; comunicação; mural.

1-INTRODUÇÃO

A proposta experimental de comunicação, UP – Comunicação de Alto Nível, tem como objetivo levar mais informação para os universitários, que por vezes ficam perdidos e não tomam conhecimento dos eventos que ocorrem nas universidades. Para isso, foi proposto o 1º Serviço de Comunicação, o *Jornal Mural*, que contém informações sobre atividades relacionadas à universidade e aos estudantes.

A proposta teve início na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), nos setores 3, 4 e no Centro de Tecnologia, Onde foi realizada uma pesquisa de mercado com alunos e servidores. Na referida pesquisa foi aplicado um questionário com 10 questões objetivas sobre aspectos relevantes ao desenvolvimento do produto, como por exemplo, a frequência com que os alunos costumavam ler os murais da UFRN, o que mais chama a atenção dos alunos nos murais, a opinião pessoal sobre a importância dos murais como fonte de informação, a situação de conservação e organização dos murais dos setores de aula da área tecnológica da UFRN, que tipo de informação gostariam de encontrar em

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria II- Jornalismo, modalidade j- Jornal-mural (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo (B), email: elidianepoquiviqui@yahoo.com.br

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social- Jornalismo (B), email: barby12bass@hotmail.com

⁴ Estudante do 9º. Semestre do Curso Comunicação Social-Jornalismo (B), email: brvuno.viana@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social, email: roneves@ufrnet.br



um jornal mural, o nome e a cor de preferência para o desenvolvimento de um layout visualmente atrativo.

Com base nesses resultados, deu-se o início do desenvolvimento do Jornal Mural Tecnonews, construído e adaptado as necessidades identificadas no setor de aulas tecnológicas.

A idéia principal do *Jornal Mural* é informar os estudantes, utilizando os murais já existentes na Universidade e que atualmente encontram-se abandonados. É proposto um periódico com atualização quinzenal e de assuntos diversos como: cursos, palestras, eventos, oportunidades de emprego, entre outros assuntos que compõe o universo dos estudantes universitários. Além disso, o design e conjunto de cores do mural foram criados especialmente para chamar a atenção de consumidores de todas as faixas etárias do universo universitário.

Com relação à divulgação do novo veículo, foi criado um spot, para veiculação pela rádio universitária e panfletos informativos serão distribuídos. Em suma, o objetivo é proporcionar informação a todos os alunos e servidores, inicialmente, da área tecnológica da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

2 OBJETIVO

O *Jornal Mural* tem por objetivo geral o resgate do jornal impresso, como uma importante mídia de comunicação social. O jornal impresso é uma mídia tradicional, simples e eficaz, entretanto, vem perdendo espaço entre o público receptor da informação nos últimos anos. Entre os fatores que estão ocasionando isto, está incluso o desenvolvimento da Internet e a convergência das mídias. O novo veículo de informação para os alunos e servidores da UFRN tem o intuito de cumprir o papel social da comunicação que é a de divulgação de informação de forma uniforme, direta, objetiva verídica e útil.

Especificamente, objetiva-se a criação de um espaço acessível e barato para a veiculação de informação pertinente ao público de um segmento da UFRN, primeiramente os alunos e funcionários da área tecnológica.

3 JUSTIFICATIVA

Apesar do advento da Comunicação Instantânea, da internet, do avanço das telecomunicações, e da população já estar habituada aos formatos hiperlinks que tudo isso



oferece, além da convergência midiática, alguns meios de comunicação tradicionais ainda são eficazes em seu papel. Nesse sentido optou-se pela criação de um jornal mural.

É um instrumento de comunicação rápida e imediata, como se fosse um terminal eletrônico acessível a todos. Sua grande força é que as informações podem ser veiculadas diariamente, merecendo o interesse e a curiosidade geral como fonte de novidades. (França, 1998)

O *Jornal Mural* é um instrumento dinâmico, que abre espaço para um rol de informações jamais focalizadas por outros veículos, visto que compreende assuntos relacionados a um nicho social, ou seja, tem abrangência menor do que as visadas pelas grandes empresas de comunicação. Além disso, caracteriza-se principalmente por ser um veículo prático e imediato da comunicação, de baixo custo e focado em um assunto ou área específica do conhecimento.

É um canal de comunicação corporativa que traz notícias sobre a empresa e informações relacionadas ao dia-a-dia dos funcionários, obedecendo a um planejamento estratégico e com linha editorial predefinida (Neusa Ribas, 2008).

Baseando-se nessa peculiaridade e qualidade do formato jornalístico jornal mural, acredita-se na força desse veículo, e por este motivo, foi desenvolvido o projeto “*Jornal Mural*”.

O produto “*Jornal Mural*” foi desenvolvido focando, inicialmente, o público da área tecnológica da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, e é uma proposta que possibilita a obtenção de informação de qualidade, e ao mesmo tempo causando interesse em um grupo, que de acordo com as pesquisas previamente realizadas, não cultiva o hábito da leitura, nem mesmo de informativos e periódicos.

Seguindo as primícias de 6 regras básicas para a eficiência de um jornal Mural “Ter data regular, estar bem localizado, ser bem escrito, ser fácil de ler, ser bem diagramado, ser atraente” (Ribas, 2008), foi organizado o Jornal Mural, que, por se tratar de um jornal setorial denomina-se na área tecnológica como Jornal Mural: Tecnonews.

Por se tratar de um jornal mural, um veículo de comunicação que envolve a leitura, o prazer e os costumes que o público tem por ela, foi analisado também, o perfil leitor de nosso público alvo e percebemos que o nível de leitura pode ser considerado médio, a maior porcentagem de pessoas declara ter lido de 2 a 5 livros ao ano, mas muitos dos entrevistados relatam no máximo dois livros e são poucos os que leem mais de 7 livros por ano. A maioria dos ingressos na UFRN declarou ler revistas e jornais do tipo informativo, mas também é constatada a preferência por generalidades.



Portanto, a execução de tal projeto é importante por proporcionar um benefício prático aos frequentadores dos setores de aulas, organizando idéias e avisos mesclando com notícias e entretenimento de forma a informar de maneira própria e interessante aos leitores. No contexto social, científico e tecnológico, o “Jornal Mural” contribuirá a integração e interação do público alvo, uns com os outros, e com os assuntos que são de seu interesse, ou seja, também impulsionará de certa forma, o desenvolvimento da ciência e tecnologia em âmbito local.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

De forma geral, a hipótese da necessidade da criação de um veículo desse porte foi confirmada através de dois aspectos iniciais: observação da manutenção e organização dos murais de aviso situados nos setores de aula destinados aos cursos da área tecnológica da UFRN, e a pesquisa de mercado realizada através da aplicação de questionários junto aos alunos e servidores dos referidos setores.

Através disso, foi averiguada a comum desorganização dos murais desses setores, comumente anúncios impressos em folha A4 colados uns sobre os outros sem respeitar uma disposição lógica de assuntos ou de forma a facilitar a leitura. Além da ausência de um veículo de comunicação organizado e prestativo à população do setor.

Para o desenvolvimento do Jornal Mural inicialmente foi realizada uma pesquisa de forma a compreender a função social do tipo de veículo e sua forma de organização. Posteriormente, objetivando uma aceitação do público alvo e para que o projeto tivesse um direcionamento afunilado e atendesse as reais necessidades dos estudantes e professores desses setores, foram aplicados questionários com 10 questões para 200 alunos. Os estudantes foram questionados sobre o tipo de informação que recebem em seu setor e como gostariam de receber essa informação. Responderam questões sobre a necessidade de um veículo que organizasse a comunicação interna e sobre questões de preferência individuais relativas a detalhes do layout, a fim de facilitar a criação de um produto que causasse identificação visual.

Aplicando o questionário de pesquisa com os frequentadores do setor foi percebido que o público local não é assíduo leitor dos avisos afixados nos murais, principalmente por considerá-los desatualizados, desorganizados e sujos, mas que se interessam quando o layout de algum aviso chama a atenção, no entanto, consideram que o mural é uma



importante forma de comunicação apesar do déficit que apresenta em relação a assuntos acadêmicos.

O público alvo do jornal está garantido. O conteúdo Editorial diz respeito aos eventos que acontecem no Campus Universitário da UFRN. Isso compreende festas, calouradas, cursos, palestras, oportunidades de estágio e empregos e avisos em geral. Esses tipos de notícias compreendem tanto estudantes, como funcionários da Universidade. Desse modo, avaliando o público alvo, pode-se considerar que apesar das diferentes idades há um público homogêneo. Não há diferenças consideráveis relacionados à cor, sexo e idade.

Em um primeiro momento, o Jornal Tecnonews será afixado pelos setores 3,4 e Centro de Tecnologia (CT) da UFRN. O público alvo de nosso produto de comunicação é composto basicamente pelas pessoas que circulam diariamente pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, um universo composto por professores, funcionários e alunos da universidade. Como o grupo maior de publico alvo é composto por alunos, dados da Comissão Permanente do Vestibular da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (COMPERVE) foram coletados para definir melhor esse grupo. Esses dados são relativos aos alunos ingressos na UFRN no ano de 2000 a 2008 nos Centro de Ciências Exatas e da Terra (CCET) e no Centro de Tecnologia (CT).

Observando-se os dados obtidos do ano de 2008 constatamos que a maior parte do nosso público alvo é composto de pessoas do sexo masculino e uma maioria dos alunos do CT e do CCET são solteiros.

O público alvo é composto por uma porcentagem maior de pessoas na faixa etária entre 18 a 19, mas o numero de alunos de até 24 anos é bastante significativo e deve ser considerado durante o desenvolvimento do produto. Em sua maioria os alunos se encaixam na categoria socioeconômica C no CT e D no CCET, mas grande parte também declara pertencer às categorias A e B. Saber que a maioria das pessoas que compõe nosso público alvo tem acesso a internet em suas residências é importante para uma possível extensão do produto de comunicação para a internet e também para a promoção do veículo em banners em sites.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Jornal Mural Tecnonews é desenvolvido em Papel Adesivo tamanho 90cm de altura com 50cm de largura. O layout do jornal tem por objetivo repassar as informações de forma organizada e chamar a atenção do público alvo.



Espera-se uma programação visual bem feita, as notícias bem distribuídas e dispostas de forma agradável, divididas por seções. A diagramação precisa ser estudada, levando-se em conta o volume e o tipo de notícias que serão divulgadas. A titulação das colunas deve ser feita em letras grandes e coloridas. O quadro do jornal mural pode contar com tarjas e separadores coloridos, títulos chamativos e curiosos, além do uso de fundos em cor para ressaltar determinadas informações. (França, 1998).

Seguindo as normas técnicas da diagramação, a fim de melhorar a percepção visual do conteúdo noticioso e criar interesse por ele, o *Jornal Mural* é composto por um cabeçalho contendo o nome do jornal, “*Jornal Mural*” e sua denominação secundária relativa à área de interesse específico a qual se direciona, por exemplo, o *Jornal Mural* desenvolvido para a área tecnológica terá o subtítulo de “*Tecnonews*”.

O jornal consta sempre de uma manchete principal que tem espaço maior do que as demais e apresentar um título em fonte maior, além de uma fotografia ou ilustração.

O conteúdo jornalístico será apresentado em blocos de assuntos: “Aconteceu”, para matérias retratando fatos que ocorreram nos últimos 15 dias e que tem repercussão de interesse para o público alvo; “Eventos” que é uma barra lateral localizada no canto direito da página do *Jornal Mural* que serve como um agenda acadêmica e social; “Fique Ligado” que é o espaço reservado para a divulgação de informações úteis ao público alvo, como por exemplo, oportunidades de bolsas, matérias sobre assuntos ligados a tecnologia e informações que os Centros Acadêmicos queiram divulgar.

Há ainda o espaço reservado para charges ou quadrinhos, e um espaço reservado aos classificados, que se trata de anúncios que os estudantes podem fazer, oferecendo uma prestação de serviços aos leitores. O rodapé consta de espaços reservados para anúncios publicitários pagos por patrocinadores e/ou colaboradores e o “Expediente” do *Jornal*.

Vale salientar que os espaços dedicados a cada editoria não serão fixos, podendo ser maiores e menores de acordo com a demanda das notícias apuradas para cada assunto.

Quanto aos custos para o desenvolvimento do produto, por meio de reunião com o diretor do Centro de Tecnologia, professor Manoel Lucas, foi garantido apoio para as despesas iniciais, e mensais, em um período experimental de seis meses.

Com o apoio institucional será disponibilizado para a UP, por meio do Centro de Tecnologia: Uma sala localizada no prédio sede do CT com dois computadores, ar condicionado, impressora, telefone e uma mesa para projetos. Uma ante-sala de espera com dois sofás e um bebedouro. Todo esse material oferecido cobre o custo de R\$4.320,00 com máquinas, móveis e utensílios. Já as despesas pré-operacionais incluem os custos com os



serviços terceirizados. Serão os de um contador, para realizar o registro e finanças iniciais da empresa, e também de um designer gráfico para a produção da Arte final do Jornal Tecnonews e do material publicitário. O total de R\$540,00 com despesas pré-operacionais será financiado pelos membros da UP Comunicação.

As despesas fixas mensais também terão apoio institucional da UFRN, por meio do Centro de Tecnologia. Não teremos custos com impostos como IPTU, contas de água, luz, ou telefone fixo, que serão pagas pela própria universidade. Também será fornecida para a UP, limpeza das instalações e material de escritório. Os cinco membros que compõe a UP Comunicação se disponibilizam a trabalhar de forma voluntária. Os custos de R\$ 3.175,00 com salários e encargos dos membros da UP, são contabilizados para um futuro próximo, no qual há planos de expansão do *Jornal Mural* para toda a Universidade. Porém, no presente momento, esses custos não entrarão no apoio institucional oferecido pela Universidade.

A impressão do jornal também seria um serviço terceirizado, no valor de R\$ 5,00 para cada jornal, como são 10 cópias, quinzenalmente, ao final do mês o custo total será de R\$100,00. Entretanto, o professor Manoel Lucas, sinalizou a possibilidade de mais um apoio institucional, com a impressão do *Jornal Mural* a ser feita pela editora da universidade, a EdUFRN. O *Jornal Mural* ainda conta com espaço para venda de material publicitário no valor de R\$ 100, 00 cada espaço. O projeto se mostra de Viabilidade econômica favorável. Com o apoio institucional e investimento dos membros da UP, todas as despesas iniciais serão pagas. Caso haja a venda de no mínimo dois espaços publicitários, a cada mês a UP contará com um saldo de R\$ 400,00, que será investido no mês seguinte, no pagamento de despesas fixas.

VIABILIDADE ECONÔMICA	
Despesas	VALOR
Investimento Inicial	R\$ 4.860,00
Custos e despesas fixas mensais	R\$ 400,00
Total	R\$ 5.260,00
Investidores	
Apoio Institucional da UFRN para Despesas Iniciais	R\$ 4.320,00
UP – Custos com Despesas Pré-Operacionais	R\$ 540,00
UP – Custos com Despesas Fixas mensais	R\$ 400,00
Venda Espaço Publicitário (dois espaços – duas edições – um mês)	R\$ 400,00
Total	R\$ 5.660,00
Saldo	R\$ 400,00

b) Preço e custo da matéria-prima

PRINCIPAIS SERVIÇOS / PRODUTOS	PREÇO DE VENDA	CUSTO MATÉRIA - PRIMA
Jornal Mural	R\$ 0,00	R\$ 70,00 - Designer; R\$ 50,00 – Impressão Gráfica (10 cópias). Total: R\$ 120,00
Venda de Espaço para Propaganda	R\$ 200,00 (duas unidades)	Espaço para anúncios no Jornal Tecnonews Total: R\$ 100,00 (uma unidade)

6 CONSIDERAÇÕES

Desse trabalho, pode-se concluir a necessidade de uma ferramenta de comunicação mais eficiente para os universitários. Os setores 3, 4 e o Centro de Tecnologia foram os primeiros a receberem o “*Jornal Mural*”, o mais novo veículo de informação setorial da UFRN. Devido os resultados de uma pesquisa de mercado realizada pela UP Comunicação, pode-se verificar aquilo que estava deficiente com relação à disseminação de informações. Desse modo, criamos um produto que atendesse a esse tipo de mercado. A UP desenvolveu um jornal mural que combina cores, informações atualizadas e um design arrojado para que o público alvo se sinta motivado e interessado a buscar informações. Contando com apoios institucionais acredita-se que a proposta é favorável e pode ter uma boa aceitação do



público. Além disso, há a intenção de expandir o nosso trabalho para toda a Universidade em breve.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SEBRAE. **Entendendo custos, despesas e preço de venda: palestras gerenciais.** Manual do participante. São Paulo: Sebrae, 2003.

SEBRAE. Programa Brasil Empreendedor. **Orientação para crédito.** SEBRAE, 2000.

Sítio eletrônico da Comissão Permanente do Vestibular da UFRN - COMPERVE – www.comperve.ufrn.br

Sítio eletrônico da Associação brasileira de comunicação empresarial. **Como fazer um Jornal-Mural-** Neusa Ribas. Disponível em http://www.aberje.com.br/novo/acoes_artigos_mais.asp?id=552 Acessado em 22 de março de 2010.

FRANÇA, Fábio. **JORNAL MURAL: NOVA E EFICIENTE OPÇÃO.** Catálogo Brasileiro de Profissionais de Relações Públicas, São Paulo, v. 10, p. 115-116, dez. 1988, Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/comunicacaodirigida/0059.htm> Acesso em 16 de março de 2010.

COLLARO, A. C. **Projeto Gráfico: Teoria e Prática da Diagramação.** 3ª Edição. São Paulo: Summus Editorial, 1996.

DEFLEUR, M. L. ; BALL-ROKEACH, S. **Teorias da Comunicação de Massa.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.