



Jornal mural acontece.com: informação e interação no Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão¹

Thatiane de Fátima MACHADO²

Camilla de Jesus Miranda CRUZ³

Lauriane dos Santos GOMES⁴

Luanna Carvalho Miranda TEIXEIRA⁵

Samuel Maciel COSTA⁶

Amarilis Cardoso SANTOS⁷

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO

O jornal mural acontece.COM, veículo de comunicação interna, criado em 9 de julho de 2010, tem como objetivo principal construir um espaço de interação entre os alunos, os professores, os técnico-administrativos e funcionários terceirizados do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Informando sobre diversos assuntos relacionados aos interesses desse público. Por meio de diagramação diferenciada, notas escritas com uma linguagem atrativa, com fotografias jornalísticas e ilustrativas. A publicação quinzenal informa ao público interno de forma clara, concisa e agradável. O acontece.COM já está em sua 15ª edição, e é por ser o primeiro veículo de comunicação interna do Curso, que se destaca a relevância dessa experiência.

Palavras-chave: comunicação interna; jornal mural; veículo.

1 INTRODUÇÃO

O jornal mural é um canal de comunicação interna que se caracteriza como uma das formas mais rápidas e eficientes para atingir o público de uma empresa ou instituição. É um dos meios de comunicação mais antigos, que trata as informações, em sua maioria, de

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria IV Relações Públicas, modalidade Veículo de Comunicação Interna e/ou externa.

² Aluna líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, email: tfmrp@hotmail.com.

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, email: camilla.rp.ufma@hotmail.com.

⁴ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, email: laurianegomes@hotmail.com.

⁵ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, email: luannateixeiraa@hotmail.com.

⁶ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, email: samuel_cece@hotmail.com.

⁷ Orientadora do trabalho. Professora Especialista do Curso de Comunicação Social, email: amariliscardoso@yahoo.com.br



maneira mais próxima à realidade do público interno, abordando assuntos variados jamais focalizados por outros veículos empresariais.

Para se tornar um instrumento eficiente, o jornal mural deverá contar com assuntos que atendam as necessidades dos públicos, seleção de notícias, *layouts* criativos, com apresentação atrativa e colorida, localização adequada e estratégica, e ainda, uma linguagem apropriada a fim de despertar ao interesse do público interno.

Foi a partir deste entendimento e da demanda averiguada no Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), em divulgar e fazer circular informações pertinentes aos seus públicos, que surgiu o acontece.COM, o único veículo de comunicação interna no Curso.

Já com quinze edições, o acontece.COM tornou-se realidade a partir da disciplina “Laboratório de Comunicação Interna”, oferecida aos alunos do 4º semestre de Relações Públicas, desta universidade, ministrada pela professora Amarilis Cardoso. Um produto laboratorial, que superou as expectativas de sala de aula e virou um projeto extra-sala, assumido e levado adiante por cinco alunos, na tentativa de concretizar e corresponder às expectativas geradas, tanto para esses alunos, quanto para o Curso de Comunicação.

Resultado de pesquisas, planejamento e processo de avaliação, o acontece.COM visa aproximar o público interno, servindo como um instrumento de comunicação entre os alunos do curso, os professores, os funcionários e os terceirizados. Além de ser um espaço de aprendizagem aos alunos editores do jornal.

2 OBJETIVOS

Objetivo Geral:

- Construir um jornal mural, instrumento de comunicação interna, para o Curso de Comunicação Social da UFMA;

Objetivos específicos:

- Estabelecer um espaço de diálogo entre o Curso de Comunicação da UFMA e o seu público interno;
- Criar um espaço de divulgação dos projetos e produções acadêmicas;
- Contribuir com a formação dos alunos envolvidos no projeto, propiciando vivenciar uma experiência prática, com a produção de um veículo de comunicação.



3 JUSTIFICATIVA

O acontece.COM é um veículo de comunicação fruto da disciplina *Laboratório de Comunicação Interna*, do Curso de Comunicação Social – habilitação Relações Públicas da UFMA. Com base no Projeto Político Pedagógico que estabeleceu um currículo que exige produtividade e um saber-fazer na área de Relações Públicas, por meio das disciplinas laboratoriais. Esta disciplina exige a construção de três competências previstas no Projeto Pedagógico: saber criar programas de comunicação estratégica para criação e manutenção do relacionamento das instituições com seus públicos de interesse; saber coordenar o desenvolvimento de materiais de comunicação, em diferentes meios e suportes, voltados para a realização dos objetivos estratégicos do exercício da função de Relações Públicas e saber dominar as linguagens textuais e visuais a serviço dos programas de comunicação que desenvolve.

Com isso, alunos tinham a opção de escolha de um veículo de comunicação para trabalhar no final da disciplina, como conclusão da mesma. A proposta inicial era criar um veículo de comunicação capaz de facilitar fluxo de informação entre o Curso de Comunicação da UFMA e seu público interno (professores, técnico-administrativos, alunos e terceirizados).

A partir de uma pesquisa de opinião, com os diversos públicos do Curso, foi detectado que não existia um fluxo comunicativo eficiente entre a organização e o público interno. Muitas informações não eram divulgadas ou tinham dificuldade em circular. O desencontro e atraso de informações são agravados pela ausência de um canal que possa estabelecer o diálogo entre eles. Assim, surge a idéia de se construir o jornal mural acontece.COM.

FRANÇA (*apud* CESCA, 2006, p.128) faz seguintes considerações sobre um jornal mural:

Entre os multimeios da comunicação empresarial, o jornal mural constitui uma das formas mais rápidas e eficientes de comunicação com os empregados. Instrumento dinâmico abre espaço para um rol de informações jamais focalizadas por outros veículos empresariais, caracterizando-se principalmente por ser um veículo diário e imediato da comunicação da empresa com seus funcionários e de baixo custo. Definido como jornal, o mural para se tornar um instrumento eficiente deve ser bem programado e executado, merecer programação editorial, pauta diária, programação visual, devendo ainda contar com recursos gráficos, fotos e ilustrações. Não se pode ser peça isolada, mas parte do planejamento global da comunicação da empresa e organizado de forma a atender suas necessidades diárias de informação e como complemento de outros veículos empresariais.



LOZANO (*apud* CESCA, 2006, p.127) reforça esse pensamento, lembrando que o jornal de mural é um dos meios de comunicação mais antigos, e que resiste por ser um excelente instrumento a serviço da área das Relações Públicas.

Além de propiciar uma maior interação entre o público e o curso, a realização de um jornal mural possibilita aos alunos produtores do veículo adequar à prática a teoria vista em sala de aula, contribuindo para aprimorar o seu senso crítico e reflexivo da realidade, e também a sua formação enquanto profissionais éticos e cientes que qualquer veículo de comunicação, do mais complexo ao mais simples e alternativo, deve respeitar o público e atender ao campo da comunicação social.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Durante a realização da disciplina *Laboratório de Comunicação Interna*, em 2010, foi aplicada uma pesquisa de opinião qualitativa e quantitativa, tendo como público os professores, os técnico-administrativos, funcionários terceirizados, além de representações dos alunos (de todos os períodos) do Curso de Comunicação Social da UFMA, a fim de detectar o interesse destes na criação de um jornal mural para o Curso.

Foram investigadas quais as opiniões dos futuros leitores a respeito do jornal mural. Quais sugestões de nomes para o veículo, propostas de colunas, periodicidade e principalmente as necessidades na comunicação que poderiam ser supridas a partir da implantação.

A partir daí, foram colocadas em prática todas as sugestões recebidas do público, para que de fato, o jornal mural fosse um veículo de comunicação interna que preenchesse as principais lacunas na comunicação do Curso de Comunicação Social da UFMA.

A aplicação da pesquisa, a tabulação, os relatórios, a divulgação e a produção ficaram por responsabilidade dos alunos da disciplina, ficando sob a orientação da professora a revisão, os ajustes, a correção e o acompanhamento da produção do Jornal mural.

Toda a divulgação foi feita semanas antes da inauguração, com o intuito de despertar nos leitores a curiosidade de ver o mais novo veículo de comunicação interna do curso de comunicação da UFMA. Então, foram distribuídos por todos os corredores do prédio de comunicação, cartazes e avisos sobre a criação e implantação do Jornal mural.

O resultado não podia ser outro, dia 9 de julho de 2010 o jornal foi lançado. Todos que por ali passavam, prestigiavam o acontece.COM. Era diferente, organizado e com informações importantes para o público. Sendo publicado quinzenalmente, o jornal mural

desde sua implantação se consolidou como fonte de informações de grande interesse para o público interno, cuja intenção é manter-se informado sobre as notícias que rodeiam o universo da Comunicação na UFMA.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O *acontece.COM* é um jornal mural, com periodicidade quinzenal, fixado no corredor principal do Curso de Comunicação Social da UFMA, local estratégico, ao lado da coordenação do curso.

O veículo tem formato A4, impresso *Offset* em 08 (oito) páginas, trabalhado com imagens tratadas no *Photoshop* e editado no *Microsoft Office Publisher*.

Hoje, na sua 15ª edição, o jornal mural se apresenta em novo *layout* e com nova logomarca. A principal mudança deu-se por meio da forma como o jornal era exposto. No início a produção dava-se de forma artesanal, com utilização de placas de E.V.A para identificar as editorias, fixadas por taxinhas, em um mural de camurça, que já existia no corredor do curso.



Foto1: 9ª edição Jornal Mural *acontece.COM*

A partir da 11ª edição o jornal mural passou por uma reformulação, uma nova roupagem.

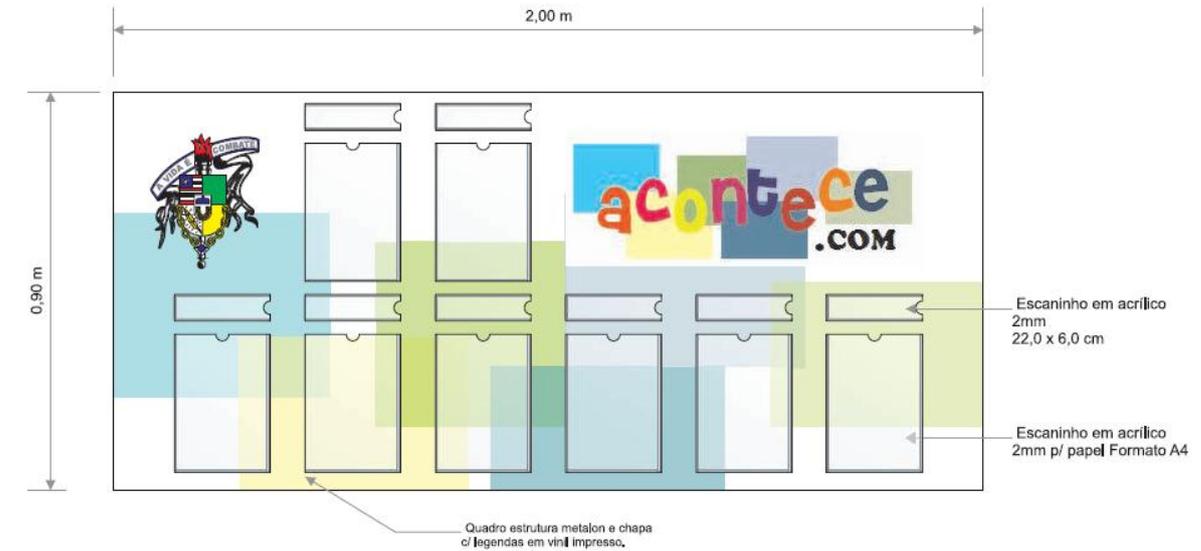


Ilustração 1: novo *layout* do acontece.com

Hoje o acontece.COM é fixado em um mural moderno, construída especialmente para ele. A estrutura é feita de metalon (0,90cm X 2m) com chapa galvanizada e escaninhos em acrílico (2mm para colocar folha de papel formato A4) .



Foto2: 11ª edição Jornal Mural acontece.COM



Para a produção do *acontece.COM* realizam-se: reuniões de pauta quinzenais com todos os editores, a fim de dividir as responsabilidades e construir a redação dos textos, após a produção das matérias, a editora-chefe diagrama as editorias, para por fim, ser submetido à professora orientadora para revisão final dos textos.

O *acontece.COM* é dividido em 8 (oito) editorias, a saber:

1. Editorial: a primeira coluna do jornal mural, onde são apresentados os destaques que a edição trará.
2. Oportunidades: A partir da análise da pesquisa realizada com os universitários foi percebida uma grande necessidade e curiosidade entre eles sobre as principais oportunidades de estágios, processo seletivo para *trainees* e dicas de concursos públicos. Dessa forma, essa coluna divulga os principais seletivos de interesses aos estudantes.
3. Eventos acadêmicos: nesta editoria destacam-se os principais e mais relevantes eventos acadêmicos, como congressos, mesas-redondas, seminários, *workshop*, palestras, debates, entre outros eventos que acontecem dentro e fora da UFMA. Os eventos dizem respeito a área da comunicação ou de ciências afins.
4. Coordenação Informa: esta editoria tem como intuito oferecer um espaço à Coordenação do Curso a fim de disseminar informações aos alunos, de forma clara e objetiva. As notícias mais comuns são os destaques para datas de prazos de matrícula, cancelamento de matrículas, depósito e defesa de monografia. Neste espaço também são divulgadas as iniciativas para melhoria do curso.
5. Departamento Informa: Assim com a editoria acima, o “Departamento Informa” tem como a finalidade estabelecer um canal de comunicação claro e objetivo do Departamento junto a professores do curso. Por meio deste, são divulgados datas de assembleias departamentais, informações sobre datas de entrega de artigos, felicitações dos aniversariantes do mês, destaque para professores homenageados em prêmios, congressos, divulgação de trabalhos dos docentes e informações administrativas de interesse dos professores.
6. Você Comunica: é o espaço destinado para a participação dos alunos. Os interessados utilizam o e-mail do jornal (acontece.com@hotmail.com) para encaminhar suas sugestões de matérias, crônicas, fotos, piadas, poesia, frases, críticas de livros, textos sobre música, cinema, entre outros. Nesse espaço ainda são reservadas homenagens a alunos que tiveram trabalhos ou projetos reconhecidos ou ainda alguma atividades que desenvolve, avaliada de grande relevância ao curso. É aqui que as pessoas do Curso ganham destaque na coluna “Gente que Acontece”.



7. Eventos culturais: Além das informações ligadas as atividades culturais fomentadas na academia, essa editoria oferece ao público interno dicas das principais atividades culturais da cidade. Estréias de cinema, dicas de peças teatrais e sugestões de shows, festas são algumas das notícias que compõem esta editoria.
8. Clipping impresso e eletrônico: Para finalizar o conjunto de editorias pensadas e criadas estrategicamente para suprir as necessidades do público interno, foi dedicada a editoria de *clipping*, para destacar o que a mídia fala do Curso e das pessoas ligadas ao Curso, são selecionadas as matérias e notas dos principais jornais que circulam pelo estado do Maranhão e nos jornais *online*.

6 CONSIDERAÇÕES

O acontece.COM foi uma iniciativa de grande relevância para o curso de Comunicação, em especial para a habilitação Relações Públicas. Ser a turma pioneira em fazer o jornal mural acontece.COM contribui para a compreensão do público interno sobre a relevância das Relações Públicas em uma organização.

Como se apresentou, o jornal mural é um canal de comunicação estabelecido entre organização e o público interno, para isso ele deve ser planejado, organizado, usando estratégias para que se torne atrativo ao leitor.

Para implantar o acontece.COM, jornal mural do Curso de Comunicação Social da UFMA, a dinâmica não foi diferente: utilizou-se pesquisas com diversos públicos, para saber o que mais atraia os leitores, as editorias foram elaboradas para atender as necessidades, a linguagem é leve e dinâmica, característica deste veículo, e por fim, tem um *lay out* atual, moderno e atraente.

Essa experiência, além de contribuir com a comunicação interna na instituição, possibilitou que os alunos envolvidos no projeto pudessem colocar na prática tudo que aprendem em sala de aula, e também ter seu trabalho reconhecido por profissionais e por outros alunos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Comunicação dirigida escrita na empresa: teoria e prática**. 4ª ed. São Paulo: Summus, 2006.



CLEMEN, Paulo. **Como implantar uma área de comunicação interna: nós, as pessoas, fazemos a diferença guia prático e reflexões.** Rio de Janeiro: Mauad, 2005.

FRANÇA, Fábio. **Jornal mural: Nova e eficiente opção.** Disponível em: <http://www.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/comunicacaodirigida/0059.htm> . Acessado em: 22 de março de 2011.

KUNSCH, Margarida Maria K., **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Comunicação Empresarial/ Comunicação Institucional:** conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986.