

Jornal Mural O Cubo: Notícia ao alcance das mãos¹

Ana Paula XIMENES²

Aline Paiva NOGUEIRA³

Ismar Capistrano COSTA FILHO⁴

Faculdade 7 de Setembro, Fortaleza, CE

RESUMO

O jornal mural O Cubo nasce da proposta dos estudantes de jornalismo da disciplina de Projeto Experimental em Jornalismo Impresso. O gênero jornal mural sempre foi utilizado como forma de comunicação eficaz e prática, porém com a chegada das mídias digitais, essa forma analógica de comunicação foi deixada um pouco de lado, mas renovando sua aplicabilidade e dando um formato mais dinâmico essa forma de comunicação pode ser de grande funcionalidade para o público. Após discussões e análises o grupo chegou a um público alvo, os estudantes da própria faculdade, e em cima disso o produto foi elaborado. A criação foi gerada de forma que, além de possibilitar a leitura, fosse interativo e dinâmico.

PALAVRAS-CHAVE: jornal mural; mídia impressa; interatividade.

1. INTRODUÇÃO

Presente nos últimos semestres do curso de jornalismo, a disciplina de Projeto Experimental em Jornalismo Impresso tem seu foco voltado para a produção laboratorial e tem como propósito a criação de um produto final totalmente organizado pelos alunos, com a finalidade de colocar em prática os conhecimentos adquiridos ao longo do curso. A partir

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade Jornal-mural-Laboratório (conjunto/série), a realização do trabalho teve a participação dos alunos: Aline Paiva, Ana Paula Ximenes, Emanuelle Leite, Filipe Queiroga, Gabriel Mota, Henrique Gonzaga, Patrícia Montenegro, Rones Maciel, Tatiana Girão.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: ximenesanap@gmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: aline.paiva@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: ismarcapistrano@yahoo.com.br.

das discussões entre os estudantes da turma, foi decidido produzir o conteúdo para os alunos da própria faculdade, contemplando todos os cursos oferecidos pela entidade: Sistema de Informação, Administração, Direito, Publicidade e Propaganda, Design e Jornalismo.

A partir disso surgiram inúmeras necessidades. A primeira delas foi a de criar um produto que pudesse agregar de forma positiva o conteúdo que seria elaborado pelo grupo de alunos do jornalismo e contemplasse o interesse de todos os estudantes, relacionando a sua área com as pautas abordadas no produto. Com isso, vem a ideia inicial de um jornal mural, por ser ecologicamente correto, visibilidade considerável e de custo reduzido comparado ao um jornal impresso convencional.

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)

Além disso, surgiu a necessidade de despertar o interesse dos estudantes pela leitura, então não bastaria apenas um jornal mural, ele deveria ser inovador, despertando a atenção e interesse dos possíveis leitores. Assim, após debates em grupo, criou-se a ideia de um jornal mural em formato de cubo, por ser um instrumento de fácil e rápida compreensão das informações, além da sua acessibilidade facilitada. O jornal mural por si só já um instrumento dinâmico, que abre as possibilidades para focar em informações totalmente direcionadas ao público escolhido, dado a sua interatividade e proximidade do público. Para torna-lo ainda mais dinâmico, optamos por um formato que passasse a ideia de mobilidade, por isso o cubo, onde a mobilidade e a liberdade do leitor em manipular o produto para escolher, aproximar, levantar da forma que torne menos desconfortável sua leitura, e ele sinta-se dono da notícia durante o momento de leitura.

As pautas da primeira edição foram organizadas baseadas nos critérios de interesse público, atualidade, abrangência e novidade. Levando sempre em consideração o público escolhido, os estudantes dos cursos oferecidos pela Faculdade 7 de Setembro. A linha editorial do jornal optou por assuntos mais atuais, que estivessem dentro do mundo não só acadêmico como também cotidiano dos estudantes. Levando em consideração que na correria do dia a dia assistir um jornal, ler um jornal torna-se uma tarefa não tão importante comparada as demais. Com isso as notícias do Cubo contemplam as necessidades da informação nova, rápida, dinâmica e de interesse público. Os critérios de noticiabilidade

utilizados foram proximidade, impacto, importância, utilidade e oportunidade (Erbolato, 1991) e também número de pessoas envolvidas (Wolf, 2003)

2 OBJETIVO

A ideia central do Cubo gira em torno da dinamicidade e usabilidade, para isso os alunos sob orientação do professor Ismar Costa Filho, levantaram pautas e elaboram uma mídia que pudesse ser de interesse do público escolhido. Por ser um jornal mural com foco na atenção, os textos são curtos e a presença de infográficos, fotografias e ilustrações é bastante significativa.

3 JUSTIFICATIVA

O jornal traz informações importantes para os estudantes, que devido a correria do dia a dia, ou até mesmo por falta de uma cultura de ler os jornais, acabam deixando passar. A abordagem nas matérias é feita de uma forma diferenciada, contemplando a leitura rápida e de fácil entendimento, levando em consideração que o jornal é lido de pé pelos leitores. O seu formato permite que o leitor tenha a sensação de liberdade ao tocar e girar da forma como seja mais conveniente para sua leitura. As cores, as imagens e as figuras também contemplam o fácil entendimento da matéria.

gbghj

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O passo inicial foi distribuir as editorias entre os estudantes e realizar a reunião de pauta. Na reunião os alunos discutiram em grupo a possibilidade de possíveis matérias, e

em grupo fecharam as notícias a serem feitas de cada editoria. Após isso, os estudantes foram a campo para a produção das notícias. Na primeira edição foram distribuídas em: Carreira; Tecnologia; Marketing; Mercado Publicitário; Leitura crítica da mídia. Assuntos que contemplam o público escolhidos. Assim, foram produzidas para a 1ª edição matérias sobre o papel da Internet nas revoluções em países muçulmanos, voltado para os estudantes de Sistema de Informação; a nova lei do Cabo que traz novas regras para as TVs por assinatura, para os estudantes de direito; a utilização das marcas de clubes de futebol pelo marketing empresarial, para publicidade e propaganda e design; a cobertura da grande mídia sobre o Movimento Sem Terra para o curso de jornalismo e a experiência profissional de Trainee para todos os cursos.

O processo de criação do jornal foi desde a concepção das pautas até a impressão e montagem do produto feito pelo grupo de alunos de forma colaborativa e interativa. O jornal foi participativo do início até o fim do processo. Na segunda edição os temas abordados foram a utilização de tablets no Brasil; estágio extracurricular; fanpages no facebook e o marco regulatório da comunicação no Brasil.

Finalizadas e revisadas, iniciou-se o processo de criação do projeto gráfico e diagramação do produto para impressão e montagem do Cubo que foi instalado no pátio do quinto andar da Faculdade 7 de Setembro. O projeto gráfico elaborado pelos estudantes, deu enfoque a infográficos, fotografias e cores fortes que chamassem a atenção do leitor, onde própria imagem convidasse a leitura.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Cubo é impresso em páginas de papel A2. As páginas foram coladas em uma estrutura de isopor previamente preparada, coberta com jornal e papel contact. Instalado no centro do pátio do 5º andar da Faculdade 7 de Setembro, onde circulam estudantes de todos os cursos, especialmente dos cursos de: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Design e Pedagogia. O produto foi suspenso com linhas de nylon amarradas nas estruturas do teto. As linhas possibilitam o manuseio do produto gerando uma interatividade no processo de leitura.

O local escolhido é um espaço de passagem, entre a cantina e as salas de aulas. Contempla os alunos e professores geralmente envolvidos na correria cotidiana de entrar e

sair das aulas cumprindo os horários estabelecidos. A presença do jornal dá uma quebra na rotina, fazendo com que as pessoas se interessem de imediato a apreciar as notícias.

a) Fotografias do Jornal Mural O Cubo



b) Páginas do Jornal Mural O Cubo 1ª Edição

O Cubo
Nem todo cubo é quadrado

Editorial
O Cubo surge de uma proposta de jornalismo mural com notícias rápidas e de interesse da comunidade acadêmica da FA7. Produzido pelos estudantes da disciplina de Projeto Experimental em Jornalismo Impresso, oferece informações sobre Crítica da Mídia, Carreiras, Mercado e Publicidade, Regulamentação da Comunicação e Tecnologia. A 1ª edição apresenta matérias sobre o uso da Internet nas revoluções empresariais; a nova lei do Cubo que traz novas regras para as TVs por assinatura; a utilização das marcas de clubes de futebol pelo marketing empresarial; a cobertura da grande mídia sobre o Movimento Sem Terra e a experiência profissional de Trainee.

Boa Leitura!
Ismar Capistrano

Trainee: começando a carreira com o pé direito
Por Aline Nogueira

Quem se formou há pouco tempo e ainda não conseguiu se inserir no mercado de trabalho pela falta de experiência, conta com uma opção sob medida para turbinar a carreira: os programas de trainee. Empresas de grande porte mantêm programas desse tipo para preparar jovens recém formados para ocupar em um futuro breve cargos de liderança na organização. A preparação deste profissional prevê uma passagem por

ciso ter com os executivos da empresa, dinâmicas de grupo e exercícios de integração. Você pode aproveitar essa formação diferenciada sem demonstrar arrogância, excesso de confiança e imaturidade. Para um futuro líder, é importante motivar a equipe e cultivar um bom relacionamento interpessoal. Se você tem interesse nesse caminho, fique atento. As seleções para trainee duram até quatro meses e geralmente acontecem no segundo semestre do ano. A seleção inclui etapas como análise de currículo, testes de inglês, raciocínio lógico e atualidades, jogos on-line, entrevistas

com os executivos da empresa, dinâmicas de grupo e exercícios de integração. Você pode encontrar oportunidades na página da Faculdade 7 de Setembro pelo link FA7 Carreiras.

acesse:
www.fa7.edu.br

1000
vagas serão disponibilizadas pelas empresas em 2011

Expediente
Edição: Ismar Capistrano
Projeto Gráfico: Ana Ximenes e Patrícia Montenegro
Redação: Alunos da Disciplina Projeto Experimental em Jornalismo Impresso 2011.2

VOZES SILENCIADAS

MST e os grandes meios de comunicação no Brasil

Por Rones Maciel e Lucas Moura

Relatório “Vozes Silenciadas”
faz uma análise de matérias que citaram o Movimento dos Sem Terra (MST), durante as investigações da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito. Durante fevereiro a julho de 2010, as revistas Veja, Época e Carta Capital, os jornais Folha de São Paulo, O Globo e Estado de São Paulo e os telejornais Jornal Nacional e Jornal da Record foram investigados na pesquisa do Coletivo de Comunicação Intervozes.

Para Saber Mais
acesse: www.intervozes.org.br

opinião

Kátia Patrocínio, professora
“Falta, nos meios de comunicação, o domínio do assunto e predomina uma visão preconceituosa dos movimentos e dos objetivos do MST na grande mídia”.

Leonardo Porto, estudante de jornalismo
“O MST acaba tendo nesses meios a fama de baderneiros e criminosos, não deixando espaço para o movimento se defender e colocar suas razões.”

300 Matérias
60% das matérias se referem ao MST com termos negativos como invasão e invasores
42,5% citam o MST como responsável por atos violentos
57 das 300 matérias apresentam o MST como fonte
5 matérias deram mais espaço ao MST que outras fontes
1 MATÉRIA
O MST aparece no título de forma positiva

Cubo
Nem todo cubo é quadrado

“Não há Revolução sem Revolucionários”

Por Filipe Gonçalves e Fabiana Sobral

REDES SOCIAIS
Todas as revoluções foram organizadas e divulgadas através da internet. Para o ministro indonésio dos dados para o backbone, Para Comunicações, burlar esse bloqueio, é necessário algum conhecimento técnico.”

PROXY
Para fugir dos bloqueios normalmente impostos pelos governos, o método mais utilizado é o do acesso indireto, utilizando um serviço conhecido como Proxy. O Proxy é um intermediário, que não é afetado pelo bloqueio, e que requisita as páginas bloqueadas como se fosse para ele. Em seguida, ele as retransmite para o computador afetado pelo bloqueio. É uma tática muito utilizada nas empresas por funcionários afetados por filtros de conteúdo.

REVOLUÇÕES
Tunísia. O ex-presidente do país, Ben Ali, governou durante 23 anos e foi o primeiro a deixar o poder, em janeiro de 2011. Já foi julgado e condenado a mais de 60 anos de prisão. Líbia. Após 43 anos no poder, o ditador Muamar Kadhafi está sendo caçado. Com apoio da OTAN, os rebeldes conquistaram a capital do país, Trípoli, em agosto de 2011. Segundo a oposição, mais de 20 mil pessoas foram mortas nos 43 anos de ditadura do país. Egito. Hosni Mubarak governou por 29 anos. Entre outubro de 1981 e fevereiro de 2011, retirá-lo do governo custou a vida de 846 manifestantes. Em fevereiro de 2011, o ditador entregou o poder ao exército e deixou a capital Cairo.

Cubo
Nem todo cubo é quadrado

c) Páginas do Jornal Mural O Cubo 2º Edição

População é consultada para criação de Marco Regulatório da Comunicação no Brasil

A Conferência Nacional de Comunicação abriu caminhos para mudanças na política de comunicação no Brasil. Fruto desse encontro, o Seminário “Marco Regulatório-Propostas para uma Comunicação Democrática” foi realizado pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), em maio deste ano, no Rio de Janeiro. No encontro, foi elaborada uma plataforma com um conjunto de propostas para consulta pública.

A plataforma possui 11 princípios e objetivos e 20 diretrizes que vão desde a regulamentação da transmissão dos sinais, acesso aos serviços e veiculação de conteúdos. Dentre elas destacamos:

Fortalecimento das rádios e TVs comunitárias
A nova legislação deve reconhecer efetivamente e fortalecer os meios comunitários, como rádios e TVs com fim sócio-cultural geridos pela própria comunidade e sem fins lucrativos.

Deve abranger comunidades territoriais, tradicionais e culturais.

Proibição de outorgas para políticos
Parlamentares em exercício de mandato não podem ser donos de meios de comunicação, concessionários de rádio e TV.

Nem estender a cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau.

Garantia da produção e veiculação de conteúdo nacional e regional e programação independente
O novo marco deve contemplar também mecanismos que fortaleçam e garantam espaço à programação independente, por meio da diversificação dos produtores com acesso aos meios de distribuição e veiculação de conteúdo.

Saiba Mais
O Marco Regulatório é um conjunto de normas, leis e diretrizes que regulam o funcionamento dos setores nos quais agentes privados prestam serviço de utilidade pública. No Brasil, não existe ainda um Marco Regulatório da comunicação, só existem leis dispersas que são datadas da década de 60.

Cubo
Nem todo cubo é quadrado

Estágio: Mãos a obra

Dicas da Especialista

- Buscar constantemente novo aprendizado
- Estar atento ao mercado e a sua área
- Construir uma boa imagem profissional, social e pessoal através de postura, hábitos e vestimenta adequada para cada situação

Os quatro anos na universidade e a busca para colocar em prática a aprendizagem da sala de aula tornam-se um dos desafios para os estudantes. O estágio acaba sendo a melhor saída.

Durante este período, os futuros profissionais tem a oportunidade de mostrar serviço e conquistar, quem sabe, um lugar na área ou empresa onde atua.

O tempo médio em um estágio são de dois anos numa mesma instituição e, no máximo, trinta horas semanais.

As dúvidas podem surgir, seja por ansiedade, insegurança estagiário ou por falta de orientação adequada.

Madalena Mattos, consultora na área de Gestão, trabalha diariamente com empresas. Conversando com a equipe do O Cubo, a consultora dá algumas dicas de como conseguir bons resultados com o estágio.

EXPEDIENTE

Edição: Ismar Capistrano

Projeto Gráfico: Ana Ximenes e Patrícia Montenegro

Redação: Aline Souza, Gabriel Mota, Ronés Maciel, Henrique Gonzaga, Emmanuelle Leite, Filipe Queiroga, Tatiana Girão, Fabioli Sobral

FAN PAGES

O desafio de ser diferente

O Facebook tem **30,9** milhões de usuários no Brasil

77,8 milhões de pessoas têm acesso à internet no Brasil

O que fazer para que a fan page tenha sucesso?

“É necessário produzir um conteúdo dinâmico que faça as pessoas sentirem vontade de compartilhar e comentar. É importante estar atento aos horários de publicação. O horário do almoço e por volta das 20h são os períodos mais acessados.”
Ana Cristina Maciel - Aluna de Publicidade

“Principalmente gerar conteúdo que seja relevante para a empresa e transmitir um conceito para o público alvo. Tem que ter foco para passar a mensagem. Senão, vai ser só mais uma entre várias páginas.”
Erick Picango, professor de comunicação

As “fan pages” são hoje a principal ferramenta de marketing das empresas no Facebook. Só no Brasil são mais de 500 páginas. Uma forma eficaz de encontrar possíveis clientes que ficam mais tempo conectados do que vendo TV ou lendo jornais e revistas. Cada tipo de empresa exige ações de marketing diferentes.

Os profissionais da área já perceberam que não é suficiente uma grande quantidade de pessoas que “curtem” a página. Critérios como tempo de permanência, revisitas ao conteúdo e número de recomendações a amigos medem com melhor precisão o retorno do investimento e a eficácia da ação.

Tablets produzidos no Brasil ganham espaço no mercado

por Gabriel Mota e Emmanuelle Leite

Os tablets brasileiros começaram a ser produzidos depois que o governo decidiu reduzir os impostos PIS e COFINS, como mais uma forma de incentivo à comercialização de produtos nacionais. A medida é chamada de “Lei do bem”. Cinco empresas iniciaram a produção no país: Samsung, Positivo, Semp Toshiba, Motorola e Aix, segundo lista informada pelo Ministro da Ciência, Tecnologia e Inovação, Aloizio Mercadante. Ainda de acordo com o Ministro, o Brasil poderá ser o primeiro país a produzir Ipad's fora da China. O primeiro tablet produzido no Brasil já comercializado, o Ypy, possui versão de 7 e 10 polegadas para suprir a necessidade de diferentes perfis de usuários. O aparelho terá como diferencial o sistema operacional Android.

SAIBA MAIS

450 mil é o número esperado de aparelhos vendidos

20% a 40% na redução de impostos

Redução de 31% a menos nos preços dos tablets importados

MYPAD Semp Toshiba R\$ 1.000,00	YPY Motorola R\$ 1.600,00
GALAXY TAB Samsung R\$ 1.600,00	

6 CONSIDERAÇÕES

A comunicação atual gira cada vez mais em torno do interativo e da mídia digital, com essa mudança o espaço do jornal impresso tornou-se cada vez mais limitado. Dentro dessas observações entra o gênero de Jornal Mural, muito utilizado para informações direcionadas para um determinado público com interesses em comum, e também por ser um meio de informar mais prático e dinâmico. Assim, unimos a necessidade de um meio que informasse com a correria do dia a dia, com isso, foi criado o Cubo. Logo após sua instalação na faculdade, O Cubo chamou atenção pelo seu design diferenciado e pelas notícias que foram abordadas no jornal, a leitura rápida fez com que os alunos tivessem motivação para a leitura, tendo a possibilidade de manusear o produto da forma que fosse menos desconfortável para ele.

Todas as matérias do Cubo foram pensadas de forma que pudessem atrair o olhar do leitor, que a matéria conversasse de alguma forma com o receptor, para que então a dinâmica através da leitura fosse realizada. Além disso, a estrutura física do Cubo foi totalmente voltada para isso, a possibilidade de se tocar a leitura e tornar por alguns instantes o jornal mural, que em tese é para todos, ser algo só seu é algo que aprofunda a interação do leitor com o que está sendo lido.

O Cubo foi uma experiência inovadora para todos os alunos, os que fizeram e formaram o jornal, como também para os leitores, que durante a correria entre uma aula e outra puderam ter a possibilidade de ter a notícia em suas mãos de forma dinâmica e com informações de seu real interesse. Para os alunos que projetaram o cubo, além da possibilidade de pensar em saídas inovadoras para o meio impresso, foi possível também a vivência de uma redação simulada, onde todos os setores dependiam somente da turma, da concepção do veículo e escolha das pautas até a arte final do produto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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.portalp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/comunicacaodirigida/0059.htm>. Acesso em 1 de Maio de 2012.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo impresso:** redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática, 2003.

LAGE, Nilson. **A reportagem:** teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Editora Presença, 1992.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo:** porque as notícias são como são. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2005.