



## **Jornal *O Ladrilho***

### **Pioneiro caso de *jornalismo viral* como prática de ensino<sup>1</sup>**

Marcelo Luciano Martins Di Renzo<sup>2</sup>

Tereza Cristina Tesser<sup>3</sup>

Universidade Católica de Santos

#### **Resumo**

Utilização conjunta de conceitos de internet e jornalismo possibilita a criação de um experimento laboratorial aplicável ao ensino da prática jornalística, capaz de superar desafios como a falta de hábitos de leitura e redação pelos discentes. O resultado é um novo modelo de veículo e formato, ora denominado de *jornalismo viral*, centralizado na edição de uma única unidade noticiosa e na possibilidade de rápida disseminação em ambientes alternativos.

#### **Palavras-chave**

Jornalismo viral; ensino de jornalismo; experimentação;

**Histórico** – O quarto curso de Jornalismo do Brasil e o primeiro da Baixada Santista foi criado pela mantenedora Sociedade Visconde de São Leopoldo em 1954, e fazia parte da faculdade de Filosofia e Letras e recebeu o nome de Escola de Jornalismo “Jackson Figueiredo”. Depois foi integrado às escolas de Comunicação, em 1978, da Universidade Católica de Santos – UniSantos.

Com tradição na área de impresso, a universidade se preocupa, ao longo desses anos, em formar um profissional competente e ético, pronto para encarar o mercado com o compromisso com a cidadania. O jornal laboratório mais importante do curso, o ENTREVISTA, está completando 42 anos de publicação ininterrupta. <sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

<sup>2</sup> Mestre em Educação pela Universidade Católica de Santos. Especialista em Comunicação e Semiótica. Professor de Jornalismo da Universidade Católica de Santos. Coordenador da Editora Universitária Leopoldianum (EDUL) da Universidade Católica de Santos. E-mail: mdirengo@unisantos.br

<sup>3</sup> Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Professora de Jornalismo da Universidade Católica de Santos. Autora do livro *De Passagem Nossos Estúdios – a presença feminina no início do Rádio no Rio de Janeiro e São Paulo – (1923/1943)*. e-mail: tesser@unisantos.br

<sup>4</sup> Em 2002, a UNISANTOS redistribuiu suas faculdades e cursos em cinco Centros, sendo o Jornalismo pertencente ao Centro de Comunicação e Artes.



Muitas mudanças curriculares aconteceram ao longo dessas cinco décadas. Ampliou-se a carga de jornalismo eletrônico, o radiojornalismo e a televisão ganharam mais espaço. Depois o On-line e as mídias digitais tornaram-se uma realidade e mais uma vez foi necessária uma reformulação.

Com a mudança para o novo campus, na Avenida Conselheiro Nébias, foram criados vários espaços específicos para as atividades acadêmicas:

- Dois novos e amplos estúdios de TV, com edição digital e analógica, para produção de programas;
- Laboratório de Fotografia digital e analógico, equipado com exclusivo estúdio de imagem;
- Laboratório de Redação equipado com modernos softwares para produção editorial;
- Laboratório de Informática com softwares multimídias;
- Projeto de Comunicação Ambiental, integrante do Núcleo de Meio Ambiente (Numa);
- Estúdio de rádio moderno, com edição digital;
- Base Marconi Multimídia e Rádio Web Metropolitana: produção de programas de jornalismo pela Internet com entrevistas exclusivas de autoridades e personalidades da região. Estimula a troca de informações e experiências por meio de um fórum acadêmico;
- Projeto Campus da TV Cultura. Única universidade da região que participa do programa, que veicula documentários em rede nacional.

**Laboratório e preparação** - A preocupação em oferecer cada vez mais elementos para uma boa formação ao futuro jornalista uma disciplina especial foi criada há três anos: Laboratório de Jornalismo Impresso. Tem por finalidade proporcionar ao aluno uma maior compreensão da teoria e prática e está na grade do primeiro ano.

A disciplina passa conhecimentos básicos para que o aluno desenvolva as habilidades na captação de notícias e na produção de textos informativos, de forma que adquira competências para responder às demandas do mercado e, ao mesmo tempo, fazer uma leitura crítica do sistema produtivo nas empresas jornalísticas. Além de servir

---



de servir de suporte teórico para as futuras experiências práticas a serem desenvolvidas nos jornais-laboratório do curso.

No primeiro semestre são propostas várias atividades, entre elas a leitura crítica dos jornais. Intensifica o interesse pela notícia e incentiva a criatividade dos alunos.

Os alunos têm, em sua maioria, 17 e 18 anos. Um dos primeiros exercícios proposto pela disciplina é aplicado para descobrir se eles têm conhecimento da realidade regional. É realizada uma dinâmica para que eles digam, individualmente, nomes de pessoas que estão na mídia e que realizam trabalhos com a comunidade. O resultado não é nada satisfatório, poucos lembram ou reconhecem essas pessoas. Eles lembram, por exemplo, dos fatos, das imagens, mas não conseguem contextualizá-los. Motivados pelas aulas, a cada semana aumenta o número de leitores e comentários espontâneos sobre matérias veiculadas em jornais e revistas semanais.

Durante o primeiro semestre, elaboramos quinze jornais com a classe. Divididos em cinco grupos, eles escolhem o nome do seu jornal e juntos com os professores desenvolvem pautas para editoriais distintas. Os alunos têm uma semana para escrever a matéria. Na aula seguinte, o texto é copidescado, pelos dois professores, e a partir daí é publicado.

As duas primeiras edições são feitas artesanalmente em murais espalhados pela universidade. Na terceira edição o processo é ampliado. Com o apoio da disciplina de Projeto Gráfico, supervisionado pelo professor Cláudio Lemos Ferreira, cada grupo diagrama e edita o seu jornal em papel A-4.

Ao consultar o ingressante sobre como se informa a resposta é quase unânime: pela televisão. O telejornal é a fonte principal para os jovens. O jornal impresso não faz parte de sua rotina. A internet é um mundo particular onde o jovem se coloca, dá opinião, faz amigos virtuais e participa de redes sociais. Quando um assunto chama a atenção, ele lê o “lead” em um site noticioso e já se sente satisfeito.

A base da informação é a televisiva. Assistem e gravam apenas as imagens e não se preocupam com os personagens. Lembram das chamadas das matérias e poucas vezes conseguem contextualizá-las. A televisão faz parte do cotidiano e, para os jovens, narra a verdade. O olhar crítico é quase imperceptível.

Ao mesmo tempo, a disciplina trabalha com a realidade das nove cidades da região metropolitana da Baixada Santista. Defende o olhar do jornalista, de prestar atenção nas coisas e fatos. Ser um cuidador da região. Desenvolve a prestação de serviço e principalmente, ouvir e entender a comunidade. Dar vez e voz para aqueles



que não encontram nos meios de comunicação uma forma de se expressarem. Fazendo das aulas um despertar para o papel fundamental que o aluno exerce enquanto cidadão.

O grande dilema das escolas de comunicação é elaborar um projeto acadêmico que contemple a teoria e a prática. Que não frustrate os jovens, mas que, ao mesmo tempo, ofereça recursos para que amplie seus conhecimentos.

Formar jornalistas, sem que lhes desperte o interesse pela análise crítica dos padrões vigentes na sociedade e sem que lhes ofereça oportunidade de testar tais modelos em laboratórios e de criar alternativas inovadoras, é motivo de frustração generalizada na área desde a década de 50.<sup>5</sup>

A ementa da disciplina propõe: Como introdução, traçar um cenário geral das diversas funções jornalísticas nos veículos de comunicação e na área institucional. A seguir, focar as questões teóricas que envolvem a identificação e a captação da notícia, incluindo a produção de textos informativos, mais especificamente os de veículos impressos. Focalizar também as implicações no uso do manual de Jornalismo, abordando especificamente a questão da pasteurização dos textos e a consequente perda de qualidade na produção jornalística. Introduzir também o aluno nas suas primeiras experiências com entrevistas, enfatizando as questões que envolvem o cotidiano de repórteres e fontes. A disciplina, que contará com um segundo módulo no segundo semestre, deve servir de suporte teórico para as futuras experiências práticas a serem desenvolvidas no jornal-laboratório Agência Facos, ministrado nos terceiro e quarto semestres do curso.

Como ensinar a prática jornalística voltada para o impresso num tempo em que escrever não é um hábito, em que ler tornou-se cansativo e enfadonho, em que o tempo é marcado pela urgência de consumo superficial? Como superar essas condicionantes temporais sem perder de vista a qualidade pretendida e a missão pedagógica?

Uma técnica possível consiste em construir pontes entre essas aparentes ilhas sociais distintas, aproximando-as e permitindo um diálogo, um intercâmbio, uma troca criativa e prazerosa de energias e conhecimentos. Para tanto, é preciso localizar locais estratégicos que servirão de cabeceiras para sustentação da ponte. Analogamente aos critérios da construção civil, esses pontos devem ser aqueles de menor distância entre eles, entre as ilhas.

---

<sup>5</sup> MARQUES DE MELO, José. *Laboratórios de Jornalismo: conceitos e preconceitos*. In: Cadernos de Jornalismo e Editoração. Nº 14, SP. Departamento de Jornalismo e Editoração, ECA/USP, 1984.



**Um novo experimento: O Ladrilho** - Um diferencial da disciplina é desconstruir. Criar, com os alunos, a chance de mudar conceitos, discutir preconceitos e principalmente inovar. As aulas são motivadoras e, a cada semana, o conteúdo é colocado com muita criatividade.

Este modelo pedagógico estimula o ingressante ao permitir que exponha os valores culturais que cultivou e apreendeu até então. Invés de exemplos distantes busca-se no seu cotidiano os elementos distintivos que o auxiliarão a desenvolver uma percepção mais atenta do seu entorno. Assim, a base teórica passa a permear sua observação e incorpora-se ao fazer. Estimular a prática de leitura e propiciar o exercício sistêmico de redação jornalística completam o modelo proposto.

Buscou-se, então, uma atividade experimental de algum modo inovadora e criativa, que envolvesse o ingressante como co-autor de sua criação e conseqüente desenvolvimento. Uma ação laboratorial diferenciada de todas as demais promovidas no curso de Jornalismo que trouxesse em si todos os ingredientes da prática jornalística. Ao mesmo tempo, que desse ao estudante visibilidade por meio do trabalho realizado e exposto.

Outro fator foi considerado na idealização da atividade: a necessidade de delimitar-se um território confiável e seguro. O curso acabará de ser transferido para o campus central da universidade. As novas dependências romperam os vínculos estabelecidos, obrigaram à reconstrução da práxis cultural de vida universitária. Não havia, então, o espaço dos estudantes, suas marcas.

Na busca das cabeceiras percebeu-se que os pontos mais próximos eram, de um lado, a realidade de os ingressantes serem usuários das novas tecnologias de comunicação, ou seja, mesmo lendo pouco nos suportes tradicionais, liam muito nos serviços oferecidos pela Internet; do outro, a necessidade de uma produção jornalística impressa.

Unir Internet e Jornalismo parecia a resposta ao desafio proposto. Como construir a ponte? Fazer um jornal nos moldes convencionais seria óbvio e esperado. Criar um webjornal era cedo demais, fugia à ementa e ao momento, além de não ser um ato inovador. Percebeu-se, então, ser necessário operar com os conceitos existentes nas bases escolhidas.

Da Internet, o conceito da leitura rápida, de um texto curto, com uma determinada quantidade de caracteres e a capacidade de disseminação veloz por meio das redes de relacionamento. Do Jornalismo, o conceito de notícia e as perguntas fundamentais, o



conceito de identificação, seriação de datação do veículo que garante credibilidade e constrói vínculos. Da busca pela ocupação de um novo espaço, veio a exigência de que fosse um experimento provocativo.

Na internet conhecemos como marketing viral, toda a propaganda que tem como objetivo virar uma epidemia. A cada dia que passa, nota-se cada vez mais os blogs, sites, portais que publicam matérias pagas, os conhecidos marketings virais.<sup>6</sup>

O experimento criado tomou emprestado, em parte, o conceito de marketing viral, no tocante a ser algo de conhecimento dos usuários de internet, bem como pela idéia de rápida disseminação. As paredes do campus Dom Idílio José Soares, o principal da UniSantos, são revestidas por ladrilhos que medem 10 x10 cm. Centenas de metros quadrados com o mesmo revestimento, criando uma unidade ambiental única e *clean*. Ao olhar aquele espaço, completou-se a resposta à inquietação: Por que não distribuir *notícias* ao longo dos caminhos por onde passam os estudantes?

Foi proposto aos estudantes a criação de um jornal de uma unidade noticiosa (uma única notícia, um vírus informativo), que contivesse uma identificação do veículo, sua origem, sua data de circulação e número de edição e autoria do texto. O texto deveria ser curto, contendo apenas 540 caracteres, encimado por um título de uma linha com 20 caracteres. Esta limitação textual criava outra associação com o as redes sociais, em especial o Twitter.

A linha editorial definiu que a notícia deveria reportar assuntos da comunidade pertinentes às editorias de Cidade, Meio Ambiente, Saúde, Educação, Variedades e Esportes, havendo liberdade para substituições se julgadas oportunas pelos autores. O processo de obtenção era o de cobertura do assunto. Quando da criação, a periodicidade foi quinzenal, com a pauta numa semana e a finalização dos textos e edição na seguinte.

Foram organizadas equipes de seis pessoas. Cada estudante seria responsável pela realização do processo jornalístico para elaboração de uma notícia, da pauta à redação do texto final, dentro de uma das seis editorias propostas. Assim, a equipe produzia seis matérias distintas, editadas por ela própria e impressas no laboratório de redação. Cada jornal, com uma única notícia, mede 10 x 10 cm. Eram tiradas três cópias de cada e os estudantes afixavam os exemplares, utilizando frita crepe, nas áreas comuns e aladrilhadas do campus.

---

<sup>6</sup> Disponível em: < <http://webjorsuperacao.blogspot.com/2008/03/marketing-viral-no-rumo-do-jornalismo.html> > . Acesso em: 29 ago.2009



Ao experimento, criado em 2009, foi dado o nome *O Ladrilho*. Em primeiro lugar, uma forma de percepção imediata do ambiente onde estavam estudando e passando boa parte do tempo de suas vidas. Sinalizou, desse modo, o que é estar atento ao entorno, aos detalhes, às pequenas minúcias que diferenciam fatos corriqueiros e notícias. Um segundo motivo de escolha do título do jornal foi alertar para que o jornal, e seu conteúdo noticioso, é um simulacro da realidade. Um revestimento da crueza do cotidiano.

**Considerações** – *O Ladrilho* foi editado em 2009 e 2010, sendo o resultado muito satisfatório no primeiro anos e irregular no segundo. Neste caso, o reduzido número de alunos acabou exigindo algumas mudanças pedagógicas. A reação do público, em 2009, foi muito interessante: ao perceber o jornal, o leitor-passante era obrigado a entender do que se tratava aquele pequeno quadrado de papel, parecido com um anúncio de oferta de serviços, bastante comuns nos campi. Ao compreender tratar-se de um jornal, passava a procurar “o resto” do mesmo. Esta percepção decorreu da observação dos autores e de conversas informais com leitores-passantes.

Por outro lado, a reação entre os alunos foi de imediata adoção do experimento, resultando em intensa produção. Percebeu-se que contribuiu para estimular a prática jornalística, com maior volume de propostas de pauta, maior atenção às normas técnicas e às regras do manual de redação adotado no Curso de Jornalismo, prazer na distribuição do veículo. Contribuiu ainda para reforçar o espírito de equipe e o senso de planejamento e organização editorial. Reforçou a produção textual, melhorando a redação do *lead*.

O desenvolvimento compartilhado do projeto, com amplo envolvimento dos estudantes, contribuiu para melhorar a auto-estima e, sem dúvida, percebeu-se que conseguiram assenhorear-se do novo território. A meta periférica, mas importante, foi alcançada.

Fica proposto, portanto, que este modelo inovador de prática jornalística em ambiente pedagógico, além de poder ser replicado em outras instituições de ensino nesta disciplina laboratorial ou outra similar, sinaliza um nicho mercadológico a ser investigado e experimentado.

## **Referências bibliográficas**



LAGE, N. *Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MARQUES DE MELO, J. Laboratórios de Jornalismo: conceitos e preconceitos. In: *Cadernos de Jornalismo e Editoração*. nº 14, SP. Departamento de Jornalismo e Editoração, ECA/USP, 1984.

ROSSI, C. *O que é Jornalismo*. SP: Brasiliense, 1980.