



## **Jornal Mural Jornaia: da sala de aula ao aprendizado prático do Jornalismo<sup>1</sup>**

Brenda Carvalho de ARAUJO<sup>2</sup>

Cassiane Luisa MEWS<sup>3</sup>

Laura Cristina de Oliveira ATAÍDES<sup>4</sup>

Lawrenberg Advíncula da SILVA<sup>5</sup>

Universidade do Estado de Mato Grosso, Unemat

**Resumo:** O presente trabalho contempla a concepção e produção do jornal mural, mostrando a interação entre o aprendizado e o exercício social do Jornalismo. Trata-se de um projeto desenvolvido durante a disciplina de Planejamento Gráfico, que versou pela importância do Jornal Mural enquanto canal de comunicação eficiente entre estudantes de jornalismo, a comunidade acadêmica e sociedade local. O objetivo é melhorar a comunicação interna no campus universitário, refletindo sobre o papel do jornalismo impresso em tempos de convergência digital.

**Palavras-chave:** Jornal mural; Curso de Jornalismo; Comunidade acadêmica; Utilidade pública.

### **1 INTRODUÇÃO**

Em 1447, foi inaugurada a era do jornal moderno com a prensa inventada por Johan Gutenberg, tal máquina possibilitou o livre intercâmbio de ideias e a disseminação de conhecimentos. Em meados do século XVII, os jornais começaram a surgir como publicações periódicas em países da Europa como Alemanha, França, Bélgica e Inglaterra.

O Brasil, devido à época da censura e da proibição de tipografias na colônia impostas pela coroa portuguesa, demora a conhecer a imprensa. Somente no início do século XIX é que surgem os primeiros jornais brasileiros, com informações voltadas a assuntos de interesse da realeza.

Desta forma, o jornal mural surgiu como uma ferramenta de comunicação democrática que visa aproximar a realidade de determinados grupos, imprimindo assim

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Jornalismo, modalidade Jornal mural.

<sup>2</sup> Aluna-líder do grupo e estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso, email: bca.araujo@hotmail.com.br

<sup>3</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso, email: cassianeluisa\_14@hotmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso, email: laura\_missoesdedeus@hotmail.com

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor Mestre do Curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso, email: lawrenberg@gmail.com



a sua identidade. Segundo França (1988), o jornal mural é uma das formas mais rápidas e eficientes de comunicação empresarial com os empregados por se tratar de um instrumento dinâmico imediato a baixo custo. Mas, para se tornar um instrumento eficiente, o jornal mural deve dispor de planejamento prévio, programação visual, e ainda contar com recursos gráficos como fotos e ilustrações.

Ele é um veículo essencialmente comunitário, no qual seus participantes podem ler e escrever mais livremente suas notícias e opiniões. Fraser Bond (apud MELO, 2003: p.27) coloca esta questão de modo muito simples: “O jornalismo tem quatro razões de ser fundamentais: informar, interpretar, orientar, entreter”. (...) “Hoje, o primeiro propósito e responsabilidade do jornalismo é assegurar ao povo a informação”.

## **2 OBJETIVO**

O jornal mural JornAIA tem como público-alvo a comunidade acadêmica da Universidade do Estado de Mato Grosso Campus Universitário de Alto Araguaia. Assim, o informativo objetiva facilitar a comunicação interna no campus, inserindo valores e estabelecendo uma identificação com eles, usando para isso as ferramentas que a comunicação impressa disponibiliza.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Cabe a nós acadêmicos observar e apontar os mecanismos que a comunicação do jornal mural pode utilizar para informar o público interno. Para Lage (2012: p. 50), a notícia é matéria-prima dos jornais, o “relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante, e este, de seu aspecto mais importante”.

Assim, o autor chega à eleição de seis valores-notícias: proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo e identificação humana. Um dos valores-notícia levados em consideração no jornal mural é o de proximidade, pois ele é um meio que possibilita a representação acadêmica ao defender os seus interesses e proporcionar o intercâmbio cultural de informações relevantes para o mesmo.

Com essa edição experimental, buscamos incentivar os estudantes a participar das próximas edições do JornAIA, sem fins lucrativos, como explicita Lopes (1989: p. 169), [...] “as universidades não visam qualquer tipo de lucro comercial, embora visem as vantagens institucionais, principalmente melhoria na imagem”.



## **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Tendo por base a leitura dos textos de Dirceu Lopes (1989) acerca do jornal-laboratório, as ações de planejamento para a produção do jornal mural ficaram assim ordenadas:

1. Reuniões em sala de aula para discutir o projeto editorial e projeto gráfico, onde debatemos a linha de notícias, o formato do jornal mural, a tiragem, a tipografia, as cores e o design das páginas.
2. Desenvolvimento das reportagens formada por 03 repórteres, acompanhados de: 01 gravador Panasonic, 01 gravador/celular Samsung, uma câmera fotográfica Sony Cyber-shot H-200, 03 notebooks e 03 blocos de notas.
3. Apresentação e revisão das reportagens foram realizadas entre a sala de aula e o laboratório.
4. A diagramação e finalização da arte do jornal mural optaram por softwares de editoração eletrônica o Adobe In design e o Corel Draw 5. Na ocasião, o professor discutiu os conceitos de editoração Eletrônica (DTP) e diagramação de impresso nos dias atuais, indicando a leitura dos livros Teoria e Prática em Diagramação e Produção Gráfica do Antonio Celso Collaro.
5. Impressão do material na papelaria local.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

### **5.1 Layout**

Visando atrair a atenção de estudantes de jornalismo transeuntes nos corredores e salas da faculdade, buscou-se um design de layout do jornal mural bastante impactante, com uma linguagem visual com a predominância de cores próximas do que é o site de relacionamento Facebook e tipografia comumente utilizada no jornalismo digital (Trebuchet), caracterizada por fontes sem serifas. Pois o desafio era contemplar um perfil de leitor interativo e imersivo, assim fazendo o uso da pesquisa da professora Lúcia Santaella (2004) acerca do perfil cognitivo do leitor no ciberespaço (usuário de hipermídia), que lança uso de diversos mecanismos e habilidades de leituras, muito distintas daquelas que



empregadas pelo leitor clássico do livro, ou mesmo aquele conhecido como espectador, que surgiu a partir do advento do cinema e da televisão.

Optou-se por uma diagramação modular na primeira página, a partir da disposição de textos em duas e uma colunas, com o uso de uma fotografia no topo e contrastes entre título e texto. O uso da diagramação modular se justifica pelo tamanho do texto e da página, pois privilegia uma variação entre disposições horizontais e verticais. De acordo com Collaro (2010), este tipo de diagramação possibilita uma leitura mais dinâmica porque foge da monotonia dos modos convencionais de leitura.

O tamanho da página é o A4 (21 X 29,7 cm), impresso em papel sulfite.

## **5.2 Fotografia**

Neste jornal mural foram utilizadas fotografias em formato paisagem para lidar com matérias de interesse da cidade e da universidade, e formato retrato para aquelas voltadas para o texto opinativo, um artigo produzido pela acadêmica Brenda Carvalho. As fotografias foram produzidas numa oficina da parceria das disciplinas de Fotojornalismo e Planejamento Gráfico 2.

Para a produção da fotografia tiveram por arcabouço teórico os estudos de Roland Barthes (1995) acerca da linguagem denotativa das imagens, e Boris Kossoy (2001) no que tange o poder da fotografia enquanto registro social.

## **5.3 Linha editorial**

Dentro dos estudos de Lage (2001) de valores-notícia, as matérias foram organizadas dentro de critérios que destacaram: 1º) Relação Campus universitário e Comunidade externa; 2º) Curso de Jornalismo; 3) O que os alunos do curso de Jornalismo têm produzido; e 4º) O que é de interesse dos alunos de jornalismo nas redes sociais da internet. Estes valores-notícias constituem critérios de noticiabilidade, necessários para ordenamento editorial de todo impresso e trabalho jornalístico.

De acordo com Wolf (2003: p.195):

A noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas –, para adquirir a existência pública de notícia.



#### **5.4 Linha editorial**

A primeira matéria, na seção O Assunto da semana e desenvolvida pela Laura Cristina, trata-se de uma reportagem que versa sobre as dificuldades geradas aos estudantes pelo alto custo de vida de Alto Araguaia. Foi um tema sugerido por um acadêmico do primeiro semestre de Jornalismo que, quando repercutido no jornal mural, despertou muita atenção da comunidade acadêmica em geral.

A segunda matéria, na seção É notícia, o tema foi voltado para a nova categoria de trabalhos do Prêmio Depcom. O evento é tradicional no curso de Jornalismo e sempre tem a participação maciça de alunos.

Na segunda página há um artigo produzido pela aluna Brenda Carvalho, que surgiu de uma das atividades de resenha na disciplina de Planejamento Gráfico.

Além do texto opinativo, há uma seção dedicada às publicações de alunos nas redes sociais da internet, principalmente os sites de relacionamento facebook e twitter. A ideia é consolidar um canal entre as plataformas digitais e o impresso em tempos de grande interrogação em relação ao futuro dos jornais.

Esta estratégia reflete as discussões acerca do livro do jornalista Phillip Meyer (2007), Os Jornais vão desaparecer?, que aponta caminhos para o mercado de impressos diante do crescimento cada vez maior das publicações digitais.

Abaixo, segue os layouts da primeira e segunda página:



JORNALISMO / UNEMAT  
CAMPUS ALTO ARAGUAIA-MT
JornAIA
Nov/2013
Já Leu?!?

---

## O assunto da semana

### Alto Custo de vida de Aia prejudica os estudantes de fora



Credito: Onofre Martins

**Por Laura Cristina**

De acordo com o último censo IBGE de 2010, a cidade de Alto Araguaia em Mato Grosso é considerada uma das mais caras para se viver no estado. Alimentação, vestuários, calçados, saúde e habitação são reclamações constantes de pessoas que vêm de fora, principalmente, dos estudantes do campus universitário da Unemat.

O aluguel de custo médio de R\$ 400, atingindo picos de R\$ 2.000,00, onera o orçamento de boa parte dos estudantes, vindos de família de classe média baixa.

Se não bastasse o elevado preço dos aluguéis, os restaurantes e as lojas de vestuários são outros principais problemas. O almoço mais barato no centro da cidade não sai por menos de R\$ 10,00. Enquanto na compra de roupas e calçados parece mais satisfatório viajar à Goiânia, situada a 520 km, do que realmente negociar com os comerciantes locais.

O estudante Adalto Alexandre, do primeiro semestre de Computação, lamenta o custo de vida alto. "Tudo é caro aqui. Compensa mais fazer compras na capital."

## É notícia!



Credito: Suelen Alencar / Faz Acontecer

### O V Prêmio DEPCOM tem nova categoria

**Por Cassiane Mews**

No próximo dia 06 de dezembro acontece na UNEMAT de Alto Araguaia-MT o V Prêmio DEPCOM de Jornalismo. O evento é organizado pelo grupo Faz Acontecer e dessa vez vai ter entre suas novidades uma nova categoria de trabalhos: Cinema e Audiovisual.

A inserção da nova categoria é resultado do elevado número de vídeos enviados no último Festival de Vídeo, realizado no mês de maio durante o VI Colóquio de Jornalismo.

#### SOBRE AS INSCRIÇÕES NO V DEPCOM

As inscrições são gratuitas e podem ser feitas através do blog do grupo Faz Acontecer ([fazacontecer.blogspot.com.br](http://fazacontecer.blogspot.com.br)) até o dia 03 de dezembro. Podem participar todos os universitários que estejam regularmente matriculados no curso de jornalismo em uma IES reconhecida pelo MEC.

#### PROFESSOR HOMENAGEADO

*Professor Mestre Lawrenberg Advincula da Silva. Disciplinas de Planejamento Gráfico 1 e 2, Produção Editorial, Estudos Culturais e Mídia e Introdução a TV.*



Credito: Carmem Amorim

**Página 1.**

JornAIA
Nov/2013
fale com a gente  
[jornata2013@gmail.com](mailto:jornata2013@gmail.com)

---

## Artigo da vez | A estética na mídia

**Por Brenda Carvalho**

Ter uma revista, livro ou jornal, acessar informações em sites e blogs jornalísticos e de entretenimento, ver vídeos na Internet, ler bulas de remédio, dentre outros, são atividades desempenhadas por nós diariamente. Nos deleitamos com tantas informações já prontas e acabadas que estão apenas esperando para serem lidas, vistas e ouvidas. O papel do público é analisá-las, criticá-las, tomar diferentes opiniões e posições sobre determinado assunto. O que os diferentes públicos não imaginam é o trabalho que se teve para chegar até o jornal diário que lemos todos os dias.

Na facilidade, estudamos técnicas de reportagem, entrevista, teorias que nunca aplicaremos na vida profissional e, como é sempre enfatizado, aprendemos que a informação de qualidade que atenda às necessidades do público é considerada um deus nas redações. Mas há também outros elementos que complementam e viabilizam o esclarecimento destas informações: a estética do jornal.

A imagem é uma representação da realidade, não fala, mas informa e pode até dizer mais do que palavras. Também é um meio de compreensão para aqueles que não sabem ler. Muito longe de se restringir à apenas imagens, o jornalismo visual trabalha com diferentes perspectivas que vão muito além da aparência. Elementos como a tipometria, tipologia, sistemas de composição, artes, sistemas de impressão etc, são alguns dos utilizados pelo designer gráfico que o público sequer ouviu falar, contudo, são fundamentais para o todo da informação.

Estética das pessoas é a primeira coisa que notamos e com o produto jornalístico não é diferente. Uma matéria com



Credito: Laura Cristina

fotos, infográficos, com o texto bem organizado e disposto de maneira clara chama mais a atenção do que um texto cru e sem qualquer preocupação com a estética. Mais do que a disposição dos elementos em uma página, o jornalismo visual também informa, torna a leitura mais simples, fácil e atrativa, possibilitando assim, maior entendimento de uma informação.

Seria desinteressante ler uma reportagem extensa em uma revista com o texto desorganizado, sem nenhuma imagem ou com ausência de cores. Há de se dar atenção ainda aos dados numéricos que, por vezes, deixam a leitura cansativa e até fazem com que muitos nem os leiam ou não os entendam. É aí que entra o trabalho de um produtor visual podendo trazer todos esses dados em uma tabela, por exemplo. Todos os meios de comunicação, sejam nas mídias tradicionais (TV, rádio e impressos) ou sociais (blogs, podcasts, redes sociais virtuais), precisam ter conteúdos lapidados, organizados e, portanto, diagramados.

Desta forma, todos os elementos em página não são postos por acaso. Eles são carregados de ideologias que vão de acordo com o conhecimento sociocultural do designer gráfico. Dele depende o resultado final de qualquer produto jornalístico. Como diz o produtor visual gráfico, Antonio Collaro, sem o jornalismo visual é como se tivéssemos que colar um vaso quebrado tendo todas as peças, mas não saber como montá-las.

### Deu nas redes sociais...



**FACEBOOK**

"O pior tolo é aquele que finge ser sábio no meio de outros sábios!"

(facebook de Israel Roberto, estudante do terceiro semestre de Jornalismo)

**COMUNIDADE PREGÃO**

VENDO UMA CAMA BOX DE CASAL. INTERESSADOS DEVEM CONTACTAR NO FONE: 66 9696 2933.



**TWITTER**

Hashtags do semana:  
#ReestruturacaoJa  
#SalveUnemataia  
#eri2013



Pesquisa / fonte: Ronaldo Borges

**B** Participaram desta edição: Brenda Carvalho, Laura Cristina e Cassiane Mews | Reportagens: Laura Cristina, Brenda Carvalho e Cassiane Mews | Fotografia: Carmem Amorim, Laura Cristina, Onofre Martins. | Ilustração: Suelen de Alencar, Lawrenberg Silva | Diagramação: Cassiane Mews e Lawrenberg Silva | Pesquisa: Ronaldo Borges Edição: Lawrenberg A. Silva | Supervisão Geral: Lawrenberg A. Silva

**Página 2.**



### **5.5 Fixação nos murais**

Foram impressos 20 cópias do jornal mural, que foram distribuídas nos três murais dos corredores do campus universitário da Unemat, outros oito nas salas de aula de Jornalismo, e restante, 10, nos mercados e na rodoviária da cidade.

### **CONSIDERAÇÕES**

A iniciativa desse projeto permitiu aos alunos de Planejamento Gráfico II empreender, por meio da prática e teoria, os conhecimentos aprendidos em sala de aula, bem como adquirir experiência profissional relacionada à produção jornalística por meio de reportagens, entrevistas, fotografia, diagramação e levar informação de qualidade a toda comunidade acadêmica.

Além disso, foi possível conscientizar os alunos quanto a necessidade da integração acadêmica do campus de Alto Araguaia para a produção de material voltado para este público. Assim, o conteúdo publicado busca de forma clara e objetiva informar e estimular a participação direta do leitor.

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- BARTHES, Roland. **O Obvio e o Obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.
- COLLARO, Antônio Celso. **Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.
- FRANÇA, F. **Jornal mural**: Nova e eficiente opção. Catálogo brasileiro de profissionais de Relações Públicas, São Paulo, v.10, dez. 1988.
- KOSSOY, Boris. **Fotografia e História**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001
- LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis: Ufsc-Insular, 2001.
- LOPES, Dirceu Fernandes. **Jornal Laboratório**: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor. São Paulo: Summus, 1989.



MELO, José Marques. **Jornalismo Opinativo**: Gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003

MEYER, Phillip. **Os jornais podem desaparecer?** 1. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

RIBEIRO, Milton (2007). **Planejamento Visual Gráfico**. 10. ed. Rev. e Atualizada. Brasília: LGE Editora.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no Ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo, Paulos: 2004, 191p