

Por uma nova relação do jornalismo com a sociedade: a experiência do jornal-laboratório Impressões Shoppings¹

Paulo César Barbosa de SENA²
Aline Mendonça Conde CARNEIRO³
Aline Lima e SILVA
Juscelino Ramos da Silva FILHO
Jessica Welma de Assis GONÇALVES
Ingrid Matela BRAQUEHAIS
Aline de Sousa MOURA
Alan Kleber Barros DEMÉTRIO
Gabriela Alencar SOUSA
Danilo César Castro LIMA
Pedro Thiago Ezequiel ANDRADE
Yohana Lara Barros PINHEIRO
Bárbara Almeida PEREIRA
Nina Ribeiro MATOS
Jéssica Colaço de FREITAS
Carlos Augusto Martins PINHEIRO
Edgard Patrício de Almeida FILHO⁴
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de apresentar o *Impressões Shoppings*, jornal-laboratório do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará, produzido pelos alunos do 7º semestre, sob a orientação do professor Edgard Patrício, durante o segundo semestre de 2012. A produção tem como principal objetivo proporcionar o contato dos estudantes com a prática jornalística a partir de uma ótica diferente da praticada pela mídia tradicional. O *paper* apresenta o processo de criação de três edições que trataram sobre a temática “shoppings de Fortaleza”, mostrando os impactos desses empreendimentos para as comunidades que vivem ao redor deles, bem como para a população em geral. O trabalho apresenta ainda cada uma das edições e destaca os principais desafios enfrentados pelos estudantes para contribuir com a sociedade a partir de um trabalho que apostou na experimentação desde o tema escolhido à diagramação.

PALAVRAS-CHAVE: Impressões Shoppings; jornal-laboratório; produção experimental

1. INTRODUÇÃO

Associar os conhecimentos teóricos, aprendidos no campo acadêmico, com a realidade de uma redação é um dos grandes desafios encontrados pelos estudantes de jornalismo ao longo de seu crescimento profissional. Assim, a experiência de produzir um

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade jornal-laboratório impresso.

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC; email: paulocsenajr@gmail.com.

³ Estudantes do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC

⁴ Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social da UFC; e-mail: edgard@ufc.br

jornal, ainda na academia, é de extrema relevância tanto para acompanhar todas as etapas de produção do veículo, quanto para refletir sobre questões cruciais para a produção de um bom jornal.

O *Impressões Shoppings* nasceu no segundo semestre de 2012 durante a disciplina de Jornal Laboratório do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Ceará (UFC). Com a orientação do professor Edgar Patrício, 23 estudantes produziram as três edições do jornal, tradicionalmente exigidas pelo MEC, mas com o intento de inovar em relação às edições anteriores.

O ambiente dos shoppings mostrou-se amplo ao considerarmos o quanto esses empreendimentos influenciam atualmente na sociedade brasileira, seja no âmbito econômico, o mais abordado pelas mídias em geral, seja no social. A ideia da turma era explorar esses estabelecimentos comerciais, trazendo uma visão crítica sobre como atuam na sociedade, algo do qual sentimos falta nas pesquisas de mídia realizadas nos principais jornais do Ceará.

1. OBJETIVO

O *Impressões* tem como objetivo aproximar o contato entre estudantes e a prática jornalística em todas as suas possibilidades: apuração, entrevista, redação, edição, diagramação e distribuição. Tais atividades pretendem estreitar os laços destes jovens profissionais com a realidade da redação.

Como disciplina prática, o jornal-laboratório não se propõe a desqualificar o conhecimento teórico adquirido. A proposta é, antes de tudo, apresentar os desafios da produção jornalística em um veículo impresso, para que os alunos possam dimensionar a importância das teorias aprendidas e saibam aplicar este conhecimento na rotina de trabalho. Como destaca José Marques de Melo sobre a importância da prática laboratorial:

No jornal-laboratório os estudantes terão oportunidade de participar de todas as fases produtivas de uma publicação periódica, adquirindo uma vivência integral, não limitada apenas à sala-de-redação. E, acreditamos, essa prática será suficiente para delinear inclinações profissionais, além de suscitar todos os problemas técnicos, administrativos e intelectuais semelhantes aos que surgirão em atividades específicas, fora da Escola. [...] Assim sendo, os estudantes não vão participar, simplesmente, de um ensaio pedagógico. Terão um órgão vivo, dinâmico, que deverá atender aos

anseios informativos da comunidade à qual se destina.
(MELO, 1987, p. 13-14)

O jornal-laboratório se propõe a ser uma atividade mais reflexiva acerca da prática, com o intuito de preparar o aluno para o universo profissional, mas com a capacidade de refletir criticamente, evitando que se repitam vícios do cotidiano das redações. Como pontua Dirceu Fernandes Lopes (1989),

O órgão laboratorial é um instrumento de reprodução da prática jornalística vigente ou um veículo para a criação de alternativas em relação ao que existe na sociedade? As duas opções são fundamentais: reproduzir a realidade, criar inovações. É importante manter as duas formas, combinando-as, intercalando-as e integrando-as (LOPES, 1989, p. 34).

Com o propósito de dar voz e representação aos atores sociais que muitas vezes são postos em papéis secundários, o jornal-laboratório reafirma o papel da Universidade, através da consolidação de um dos pilares do ensino superior: a integração com a comunidade. Valor que este que é um dos pontos fortes da constituição do *Impressões*.

3 JUSTIFICATIVA

Participar da concepção gráfica, da definição da linha editorial, das reuniões de pauta, do processo de apuração e redação das matérias e, por fim, da edição e diagramação do produto final trazem um aprendizado único da prática jornalística. Além disso, o trabalho em equipe durante a disciplina foi fundamental para desenvolvermos um produto com qualidade.

Para além da importância acadêmica do trabalho desenvolvido, está a contribuição dada à sociedade através das discussões levantadas nas três edições. Por tratar de um tema bastante abrangente, afetando, em diferentes níveis, diversos setores da sociedade, buscou-se nas matérias produzidas atingir a diversidade deste público. Em todas as edições, procuramos dialogar principalmente com as comunidades afetadas pela construção de shoppings em suas proximidades. Por outro lado, também trouxemos assuntos que interessavam ao frequentador do shopping e àqueles que trabalham nas diversas atividades ligadas ao estabelecimento.

A escolha do tema shoppings se deu pela multiplicidade de abordagens que a temática proporciona. A princípio, nos questionamos se poderíamos acabar dando ao

trabalho uma abordagem superficial, sem relevância social, pelo fato de falarmos sobre shoppings em um jornal-laboratório. Após discutirmos as possíveis pautas que poderiam surgir a partir desta proposta, percebemos a variedade de abordagens que são ignoradas pela grande mídia, no que diz respeito a estes empreendimentos. O mote principal foi o fato de Fortaleza ter vários shoppings em expansão ou construção. A partir disso, chegamos a vários questionamentos: que impactos eles trazem para cidade do ponto de vista social e ambiental? E para as comunidades em que estes empreendimentos estão situados? Quais os direitos do trabalhador do shopping? Quais as consequências para o trânsito?

Em sua linha editorial, o *Impressões* se apropria das linhas do chamado jornalismo cívico, ou jornalismo público, como instrumento para reforçar a cidadania. Surgido na década de 1990, o jornalismo público veio à tona em um contexto de questionamento do jornalismo puramente informativo, segundo Paulo Celestino da Costa. O autor avalia que, mesmo abundante, a informação não chegava a trazer grandes transformações às realidades a que se reportava. A abordagem não atingia profundidade suficiente para tal.

Conceitos como a objetividade e o afastamento do jornalismo do fato relatado, embora sejam elementos que outrora deram dignidade e legitimidade à imprensa como empresa, agora eram colocados na vitrine. Ao mesmo tempo, havia sinais de que o jornalismo vinha sendo influenciado por diversas mudanças de ordem econômica, política e social, modificando de sobremaneira o fazer jornalístico. (COSTA, 2006, p. 127).

Como um produto cívico, este tipo de jornalismo busca levantar o debate público e inserir os cidadãos no centro das transformações sociais. Para Costa, os jornalistas devem seguir a premissa de que a informação sozinha não é capaz instigar os cidadãos. Desta forma, o jornalista deixa de ser observador para se tornar um ator importante no processo criado pelo fazer jornalístico.

O contato da equipe do *Impressões* com as comunidades afetadas pelos shoppings tornou possível o aprofundamento das pautas. Elas surgiam dentro das próprias comunidades e foram além do que apenas a vivência de mundo da equipe poderia proporcionar. Os moradores deixaram de representar a opção de fonte secundária para serem protagonistas das pautas.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O jornal teve três publicações, com 16 páginas cada, em formato semelhante ao *standard*, impresso pela gráfica da UFC. Ao mesmo tempo em que era importante tratar de assuntos dificilmente pautados na mídia convencional e ter sobre eles uma visão crítica, também era interessante fazer com que a rotina de produção fosse semelhante a uma redação tradicional de jornal, com setores e funções delimitadas, bem como prazos rigorosos.

Para executar as pautas, optamos por fazer da turma uma grande redação, criando três equipes: editores, repórteres e diagramadores. Os repórteres também eram fotógrafos em suas matérias. A equipe de diagramação, formada por cinco alunos, era o único grupo fixo, dada a necessidade de contar com pessoas que dominassem o *software* de diagramação. No início da disciplina, os diagramadores ficaram responsáveis pela elaboração do projeto gráfico do jornal. A cada edição, era escolhido um representante da equipe diagramadora, que, além de ser o responsável por fechar a edição, participaria das reuniões finais, junto aos editores, quando seriam repassadas as demandas.

Em relação à diagramação, a primeira preocupação se deu em fazer uma publicação bem organizada e dinâmica, de forma que atraísse os leitores e dialogasse com o público-alvo. A equipe de diagramação estabeleceu as fontes-padrão e a colunagem das páginas, que foram respeitadas em todas as edições. Procurou-se fazer uma relação com a temática “shoppings” através de elementos como o uso de ícones que se relacionam com o tema, com o nome das seções, a exemplo do ensaio fotográfico que foi denominado “Vitrine”, e com o próprio logotipo do jornal. Em relação a este elemento, procurou-se trazer elementos que lembrassem o estilo de identidade visual adotado comumente pelos shoppings: tipologia moderna e refinada.

Na escolha das imagens que comporiam as edições do jornal, os alunos valorizaram o uso de fotografias conceituais que, ao servir de apoio visual ao texto, possuísem em si mesmas uma carga informativa que expandisse o sentido e a compreensão das matérias por parte do leitor. O projeto gráfico do jornal também dá preferência ao uso de espaços em branco e ‘boxes’ com o objetivo de dar maior fluidez à leitura e oferecer ao leitor informações complementares ao que foi discutido nas matérias.

Os cinco alunos que compunham a equipe de diagramação mantiveram contato direto com os editores e repórteres de cada matéria no momento de construir o layout de cada página. O objetivo desse diálogo era garantir a harmonia entre o desenho da página e o conteúdo da matéria. A sintonia entre a equipe era necessária para que fosse produzido um

material que não só chamasse a atenção do público, como emitisse um discurso, como destaca Silva (1985), “é preciso que os planejadores gráficos tenham consciência da importância dessa linguagem e o seu poder de manipulação. (SILVA, 1985, p. 40)

Outro destaque da estrutura de trabalho do *Impressões* eram as reuniões de pauta, que revelam um forte traço experimental do jornal-laboratório. Cada reunião era realizada na comunidade mais próxima a um shopping. Para conhecermos esses locais, uma das primeiras atividades da disciplina, foi cada aluno fazer uma flanação nos locais pré-escolhidos em busca de contatos e de necessidades dos moradores da região.

Com esses dados em mãos, era definido o local da reunião de pauta. Durante o encontro, buscávamos a presença de representantes de cada localidade para apresentarem pautas que também poderiam compor o *Impressões*. Afinal, como sugere Santos, no jornalismo cívico a comunidade é potencialmente uma geradora de notícias. “Quem teria mais a explicar, substancialmente, sobre a realidade local, os problemas e as alternativas de sobrevivência era o morador, e não necessariamente a fonte oficial, entendida como prefeito, vereador, entre outros” (SANTOS, 2005).

A relação entre editores e repórteres tinha início nas reuniões de pauta do *Impressões* Shopping. Após a reunião com os membros da comunidade, a equipe fazia uma triagem dos possíveis temas e questões levantadas pelos moradores. Na segunda etapa, repórteres e editores discutiam suas respectivas pautas, a fim de definir o direcionamento. Em média, um editor e dois repórteres ficavam responsáveis por duas páginas do jornal. Ao editor, cabia dar suporte e fazer o assessoramento da pauta aos repórteres, além da revisão final dos textos.

Durante a feitura das matérias, havia uma terceira etapa. Com o fechamento iminente do trabalho dos repórteres, os editores se reuniam entre si e expunham o andamento de suas produções, além de colocar os pontos fortes e fracos das demandas para o editor de capa, cuja função era decidir a hierarquia das informações e a maneira com a qual estas seriam distribuídas no jornal e na capa, seguindo o projeto gráfico. Além desta função, ao editor de capa era incumbida a tarefa de editar a página de Opinião, composta por uma charge, pelo editorial, por uma crônica e um artigo de opinião. Após a reunião de pauta, a turma dispunha de cerca de três semanas para finalizar cada edição, incluindo conclusão de textos e diagramação. É preciso destacar o quão contundentes foram as falas de fontes não oficiais para lapidar a discussão da turma em torno dos shoppings da cidade, nos trazendo um olhar mais próximo dos afetados pelos empreendimentos, como Cremilda

de Araújo Medina (1978, pág 37) propõe na condução de uma reportagem: “A seleção das fontes de informação terá de se enriquecer através da pluralidade de vozes e, ao mesmo tempo, da qualificação humanizadora dos entrevistados descobertos.”

Foi comum ver moradores de comunidades próximas aos shoppings demonstrarem desconhecimento de realidades correntemente divulgadas pela grande mídia que se desenhavam pela ação desses grupos comerciais, a exemplo de oportunidades de emprego, ações de sustentabilidade, remoções para alargamento de vias e até irregularidades em obras de construção de shoppings centers da cidade.

Obstante o caráter experimental do projeto, alguns regimentos característicos da rotina nas redações jornalísticas de mercado foram seguidos pelos repórteres. A obediência a prazos e o cumprimento das demandas pré-acordadas tornaram-se objetivo comum dos estudantes, conforme se davam conta da interdependência entre os setores da produção jornalística para que o produto se concretizasse. O objetivo era sempre entregar a pauta no tempo estabelecido, mas a profundidade do material era mais valorizada.

A fim de compensar a ausência de editoriais, como elemento organizador e orientador da leitura, procuramos explorar diversos gêneros jornalísticos. Além do gênero reportagem, a entrevista, o perfil e o ensaio fotográfico também foram explorados.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O processo descrito ao longo desse *paper* resultou na série de três jornais que buscaram manter uma unidade temática atendendo aos questionamentos da população e dos estudantes sobre um espaço que já faz parte do dia a dia de muita gente. Entre os elementos em comum, estão editorial, artigo de opinião, crônica e ensaio fotográfico. As demais reportagens obedeciam ao compromisso de serem escolhidas a partir da demanda dos moradores dos locais visitados.

A primeira edição traz oito reportagens: a primeira faz um balanço histórico de como os shoppings são capazes de transformar todo o processo de ocupação de uma cidade; a segunda apresenta a política de sustentabilidade de um shopping que será construído no bairro Papicu, em Fortaleza; a terceira denuncia irregularidades na construção de um shopping em Fortaleza; a quarta aborda as preocupações de uma comunidade instalada próximo a um dos mais modernos centros comerciais da Capital.

A quinta reportagem traz um infográfico com o mapa de todos os shoppings de Fortaleza, com informações sobre quantas pessoas circulam diariamente no local e o fluxo econômico de cada; a sexta ressalta como a grande expansão desse tipo de empreendimento na Capital alterou os hábitos dos fortalezenses. Como a produção foi feita no período natalino, a sétima reportagem revela que os investimentos para a decoração de Natal nos shoppings superam milhões; a oitava e última reportagem aborda os traços arquitetônicos adotados pelos principais shoppings.

A edição ainda apresenta uma entrevista com o representante dos comerciários de Fortaleza em que ele denuncia "abusos trabalhistas" sofridos pelos funcionários que atuam nos shoppings da Capital. Para finalizar a edição, um ensaio fotográfico transmite as mudanças da atmosfera dos shoppings causadas pelo Natal.

Na segunda edição, demos destaque à segurança dos shoppings. Na entrevista dessa edição, um consultor de segurança admite que discriminação social e racial são parâmetros para a identificação de um suspeito em um shopping. A fonte também denuncia os baixos salários dos seguranças e a falta de treinamento; os impactos que os shoppings trazem para o trânsito da cidade, como congestionamentos, e o fim dos cinemas de rua em Fortaleza são as matérias seguintes com mais destaque, com maior extensão e profundidade. Essa edição traz como novidade o gênero perfil, que tem como personagem uma vendedora.

O ensaio fotográfico, intitulado "Ao pó tornarás", foi realizado no Beco da Poeira (centro de negócios de vendedores ambulantes, localizado no Centro de Fortaleza), espaço que foi também investigado na matéria "Eles querem trabalhar", que discute a concorrência entre vendedores do Beco da Poeira, que estão em lugar fixo, e os vendedores da feira ao ar livre da Rua José Avelino.

A terceira e última edição do Impressões Shoppings trouxe reportagens sobre o dia a dia de uma corretora de moda, as mudanças por que passam os bairros após a chegada desses estabelecimentos e a especialização de shoppings para revenda em Fortaleza – forte atrativo para comerciantes de outros estados. Discutiu-se também a qualidade da alimentação dos shoppings – temática presente também no ensaio fotográfico –, os "estilos" que podem ser vítimas de preconceito e a relação das crianças com um ambiente de consumo. O entrevistado da edição foi o administrador do maior shopping do Ceará, o Iguatemi.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em mente os objetivos de exercício e experimentação da prática jornalística, objetivos aos quais um jornal-laboratório naturalmente está voltado, o jornal *Impressões Shoppings* se demonstra um consistente exemplar da viabilidade de iniciativas dessa natureza, haja vista o satisfatório resultado do produto em suas três edições.

O retorno obtido durante a distribuição das edições já impressas, realizado pelos próprios alunos da turma nos diferentes locais (shoppings e comunidades) em que as pautas foram sugeridas e apuradas, demonstrou o quão importante - e necessária - é, para além de seu sentido acadêmico, uma postura engajada, preocupada com o devido trânsito da informação e, sobretudo, com a relevância cívica e social dos assuntos investigados.

Além disso, a dinâmica de redação de jornal imposta à turma proporcionou a vivência dos dilemas de apuração e edição, como a correção dos textos dos repórteres pelos editores e a escolha das fontes, sem colocar, no entanto, a pressão comercial de um jornal comum, possibilitando, assim, a reflexão crítica acerca da construção de cada discurso presente no *Impressões Shoppings*.

REFERÊNCIAS

BENIGNO NETO, Edmundo Mendes. **Por uma história da linguagem visual do jornalismo impresso**. Artigo apresentado no Intercom. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/5o-encontro-2007-1/por%20uma%20historia%20da%20linguagem%20visual%20do%20jornalismo%20impresso.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2013.

LOPES, Dirceu Fernandes. **Jornal laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor**. São Paulo: Summus, 1989.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Notícia: um produto à venda**. São Paulo: Editora Alfa-Ômega, 1978.

MELO, J. M. Diretrizes para um jornal-laboratório. In: MELO, J. M.; SILVA, C. E. L. **Jornalismo Laboratorial na Universidade de São Paulo, Brasil: Projetos Pioneiros**. São Paulo: IPCJE (Instituto de Pesquisas de Comunicação Jornalística e Editorial), Departamento de Jornalismo e Editoração, Escola de Comunicações e Artes, Departamento de Jornalismo e Editoração, Universidade de São Paulo, 1987, p. 10-17.

PACHECO, Roni. A Importância do Jornal Laboratório Portal na Formação do Jornalista: a perspectiva do aluno. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/1/1b/GT6_-_04_-_A_importancia_do_jornal_laboratorio-Roni.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2013.

RODRIGUES, Leandro Passos. **O Papel do Planejamento Gráfico no Contrato de Leitura:** a Reforma Gráfica da Revista Superinteressante. Disponível em: <<http://lapecjor.files.wordpress.com/2011/04/tfg-leandro-rodrigues.pdf>>. Acesso em: 22 abr. 2013.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: o Planejamento Visual Gráfico na Comunicação Impressa.** São Paulo: Summus Editorial, 1985.