

Jornal Mural: Fonte da juventude: “O jornal da melhor idade”

Jefferson Ribeiro de OLIVEIRA¹
Ana Carolina Givone da SILVA²
Taiany Virginia Almeida ROLIM³
Aldemir Rafael Simões JUNIOR⁴
Carlos Fábio Morais GUIMARÃES⁵

Faculdade Martha Falcão - Devry, Manaus, AM

RESUMO

A convergência midiática proporcionou uma refuncionalização nas antigas ferramentas de comunicação, como o tradicional jornal-mural. Imagine esse produto sendo consumido por um público considerado pertencente a terceira idade que não possui muita familiaridade com a tecnologia? Essa foi a proposta do jornal-mural desenvolvido na disciplina de Introdução ao Jornalismo. Ao aliar ferramentas clássicas da comunicação com comunicação e a vontade inerente de consumir informações, percebeu-se um público que tem potencial tanto quanto os mais jovens de querer ser informado sobre tudo que acontece ao seu redor. Isso levou a reflexão da necessidade de adaptar, cada vez mais, a tecnologia para uma população cada vez mais crescente em nosso país.

PALAVRAS-CHAVE: Jornal Mural; melhor idade, tecnologia, informação.

1 INTRODUÇÃO

Dentre os diversos meios e plataformas de comunicação existentes, o jornal mural continua com seu charme e eficácia. Produto da comunicação organizacional, institucional ou empresarial, dependendo do cenário na qual estiver inserido, a ferramenta produzida de maneira artesanal, muitas das vezes, confeccionadas pelo setor de Recursos Humanos, mostra-se ainda altamente eficaz. Com o advento e a consolidação da internet, o jornal mural ganhou novos recursos tecnológicos e links de áudio e vídeo foram incorporados por

Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, modalidade JO14 – Jornal-Mural.

¹ Aluno líder do grupo e estudante do 2º. Semestre do Curso Jornalismo email: jeffoliveira1000@hotmail.com

² Acadêmica do 2º. Semestre do Curso Jornalismo email: anacarolinagivnoni@gmail.com.

³ Acadêmica do 2º. Semestre do Curso Jornalismo email: tayanyalmeida22@hotmail.com

⁴ Acadêmico do 1º. Semestre do Curso Jornalismo, email: juniorsimoes510@gmail.com.

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso Jornalismo e Publicidade, email: cguimaraes@fmf.edu.com.

meio do *QR-Code*⁶. Instrumento de baixo custo, O jornal-mural atende não somente as necessidades básicas de informação, como também tem a capacidade de promover a integração entre os indivíduos.

Por ser produzido especialmente no âmbito das organizações, o conteúdo, por natureza, é segmentado ao ambiente no qual está inserido. Geralmente traz seções específicas a área abordada, todavia também abre espaços para que sejam tratados assuntos gerais, definidos durante reunião de planejamento do jornal.

A partir do contexto citado, nossa equipe debateu sobre a criação de um jornal-mural destinado a um público cada vez mais crescente no Brasil: as pessoas da terceira idade. Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), a terceira é a fase da vida que começa aos 60 anos nos países em desenvolvimento e aos 65 anos nos países desenvolvidos.

O termo foi criado pelo gerontologista francês Huet e faz referência ao início cronológico aproximado da aposentadoria do indivíduo (entre 60 e 65 anos). O envelhecimento, nas diferentes dimensões (biológica, social, psicológica, econômica,) caracterizam essa parcela da população que, aos poucos, vêm conquistando espaços nas instituições para o seu desenvolvimento social.

No Amazonas, em Manaus, existe a Universidade Aberta da Melhor Idade (UNATI), que é um espaço destinado aos idosos no âmbito da Universidade do Estado do Amazonas (UEA). Imaginamos como seria aliar a ferramenta clássica – jornal-mural – com tecnologia – QR Code - para um público que possui pouca familiaridade com os aparatos tecnológicos. Sendo assim, produzimos o produto comunicacional voltado aos participantes da UNATI.

2 OBJETIVO

Elaborar um Jornal-Mural para os alunos da UNATI com a finalidade de difundir atividades e ações realizadas por eles serviu para demonstrar como esse público específico percebe a interação entre o produto clássico, que são as disposições de notícias em forma de notas e a introdução das novas tecnologias que permitem a interatividade maior das informações.

⁶ QR code ou código QR é a sigla de "Quick Response" que significa resposta rápida. É um código de barras que foi criado em 1994 e é utilizado por várias indústrias, como revistas e propagandas. Esse código é utilizado para armazenar URLs que depois são direcionadas para um site, hotsite, vídeo, etc. O QR code também pode ser facilmente escaneado por qualquer celular moderno, onde existem aplicativos específicos que tem a capacidade de ler o link e levar o usuário para o site que se quer. (O que é QR code, 2015)

3 JUSTIFICATIVA

Os grupos de idosos geralmente são familiarizados com suportes físicos de quadros clássicos e leitura de impressos. Eles não pertencem a geração Y, Z como são conhecidos os jovens que dominam a tecnologia e, muitos, ainda estão aprendendo a conviver com os instrumentos tecnológicos.

Compreender as novas possibilidades de divulgação utilizando os aparatos tecnológicos existentes é desafiador, tanto para profissionais quanto para os estudantes de comunicação. Imaginem, pois, o quanto deve ser desafiador também para ao público de idades avançadas. Contudo, os dias atuais, é necessário compreender o fluxo de informações através de múltiplas plataformas de mídias.

JENKINS, (2009, p. 29) esclarece que “no mundo das convergências das mídias, toda história importante é contada e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia [...] a convergência representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”.

A inserção de elementos digitais no jornal-mural serve como instrumentos assistenciais de apreciação das atividades realizadas na UNATI e enaltecem o papel social do idoso que ali se vê representado e agente ativo no quesito de interatividade. A partir desse contexto surgiu a ideia e a necessidade de verificar a aceitação do público através da criação do jornal Mural Fonte da juventude: “O jornal da melhor idade”.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O jornal mural surgiu na disciplina de Introdução ao Jornalismo, orientada pelo professor Carlos Fábio Guimarães, no primeiro período do Curso de Jornalismo da Faculdade Martha Falcão -DeVry. Com intuito de proporcionar aos alunos à prática das teorias debatidas em sala de aula, e após as leituras livro “*Teoria do Jornalismo*” do autor Felipe Pena, o professor solicitou como requisito parcial de avaliação a produção d um jornal mural.

Então, nosso primeiro método foi o bibliográfico, ou seja, buscar autores que retratassem o conceito de jornal mural como ferramenta de comunicação. Nosso ponto de partida foi o autor PENA (2005), que nos trouxe que a natureza do jornalismo está no

medo. O medo do desconhecido, que leva o homem a querer exatamente o contrário, ou seja, conhecer.

Em seguida, buscamos conhecer mais sobre o contexto do envelhecimento no Brasil. De acordo com o IBGE estima-se que a população idosa no Brasil é atualmente de 22,9 milhões (11,34% da população) e a expectativa é de que nos próximos 20 anos esse número mais que triplique.

Após as leituras, a equipe foi utilizada a pesquisa de campo e a entrevista. Iniciamos a pesquisa de campo. Com autorização para acesso ao local, disponibilizada pela coordenação da Faculdade Martha Falcão, conversamos com a coordenadora de Pesquisa e Extensão da UNATI/UEA, Terezinha Lima da Silva, que descreveu sobre a criação da fundação, as pesquisas, e os projetos voltados para melhor idade, com iniciativas de conscientização popular sobre o cuidado e atenção com idoso.

No segundo dia prestigiaremos algumas atividades realizadas pelos alunos da instituição que apresentaram mostras de teatro, dança, atividades físicas e o encontro intergeracional, evento onde os idosos podem compartilhar momentos e atividades em comum com seus filhos e netos nas dependências do projeto.

No terceiro dia de pesquisas, acompanhamos os ensaios de alunos do “Grupo de Teatro e Dança Renascer”, que nos relataram a importância do projeto, suas experiências ao fazer parte de uma iniciativa que lhes proporciona melhor qualidade de vida, suas realizações através de apresentações até mesmo fora do Estado do Amazonas, a valorização do papel social do idoso, e a autoestima e respeito recuperados. Além das atividades ocorridas nos dias em que estivemos presentes na UNATI, a instituição conta com mais de 720 cursos livres e oficinas, presentes em várias unidades na cidade de Manaus nos seus principais bairros.

Já na parte de entrevistas, coletamos informações, redigimos, editamos com a finalidade de montar o produto comunicacional.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O início do trabalho ocorreu da experiência de um idoso que realiza atividades na UNATI, e que é familiar de um dos integrantes do projeto do Jornal Mural. Com o conhecimento e a informação do local,

No desenvolvimento do projeto, identificou-se que muitos elementos utilizados no mural fazem parte de outras produções impressas, que deveriam ser adequadas de acordo com o formato do produto a ser trabalhado. Pereira (1982) diz que o jornal mural “é um veículo de comunicação social antigo, que demanda a escolha do tema, público alvo, pauta, entrevistas, e a escolha dos elementos visuais que seriam compostos no mural.

Na construção do produto, surgiu-nos as seguintes indagações: como o poder público e a sociedade estarão vislumbrando esse envelhecimento? Quais são as iniciativas para adequar aos idosos uma atenção básica às suas necessidades? A possível resposta para os questionamentos certamente viria do projeto de Extensão de Saúde da Universidade do Estado do Amazonas, o UNATI/UEA.

O conteúdo do jornal mural possui três sessões principais: As colunas “Você na UNATI”, “Programação Semanal” e “Cuide-se”, respectivamente abordando os seguintes temas:

- “Você na UNATI”: Relato semanal de um idoso, contando sobre as suas experiências e atividades, como se sentem participando das oficinas, um meio em que os mesmo podem se sentir importantes e reconhecidos.
- “Programação Semanal”: Uma grade de eventos, e horários de aula fixos, e possíveis divulgações de abertura de novos cursos, alterações de horários, etc.
- “Cuide-se”: São informações curtas sobre saúde, curiosidades, e de importância gerontológica.

Segundo Mereu (2006), “o Jornal Mural deve ser diagramado de maneira que desperte o interesse e a curiosidade do público leitor, destacando títulos, brincando com cores e boxes coloridos”. Foi priorizado cores neutras ao fundo para dar ênfase a tipografia e aos boxes, e propor serenidade a harmonia da produção.

Na Diagramação foram escolhidos elementos que correspondam o imediatismo da informação, já que se trata de um periódico de leitura rápida, que deve chamar a atenção em segundos, a própria localização deve ser outro ponto estratégico, e deve-se considerar, inclusive, que o leitor ficara em uma posição desconfortável, em pé, para fazer a visualização dos conteúdos inseridos através de imagens, que devem ser o destaque principal.

6 CONSIDERAÇÕES

O desígnio de produzir uma ferramenta de comunicação inclusiva, aliando clássico com a tecnologia, voltada aos idosos nos demandou muita empatia, reconhecimento e valorização do papel social do idoso, sua saúde, seu bem-estar e compreender todas as suas variantes problemáticas e como a comunicação pode se adaptar para atender às necessidades dessas pessoas.

Ao aliar ferramentas clássicas da comunicação com comunicação e a vontade inerente de consumir informações, percebeu-se um público que tem potencial tanto quanto os mais jovens de querer ser informado sobre tudo que acontece ao seu redor. Isso levou a reflexão da necessidade de adaptar, cada vez mais, a tecnologia para uma população cada vez mais crescente em nosso país.

As ferramentas de comunicação nos dão a possibilidade de nos tornamos agente ativo de mudanças quando seu objetivo de informar deixa de ser algo meramente ilustrativo e propõe mudanças que beneficiem todos. A busca por informação não tem idade.

REFERÊNCIAS

FRANÇA, F. **Jornal mural: Nova e eficiente opção**. Catálogo brasileiro de profissionais de Relações Públicas, São Paulo, v.10, dez. 1988

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/>. Acesso em: 01 maio 2016

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009

MEREU, C. **O jornal mural como ferramenta na comunicação interna**. Disponível em <http://jornalismo.ufma.br/itz/wp-content/uploads/docs/cristinamereu.pdf> Acesso em: 01 maio 2016

PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005, 23p.

LOURENÇO, S. « **Relações Públicas e mudança social: proposta de uma metodologia para o desenvolvimento de projectos sustentáveis** », *Comunicação Pública* [Online], Especial 01E | 2011, posto online no dia 21 Novembro 2013, consultado o 29 Maio 2016. URL : <http://cp.revues.org/238> ; DOI : 10.4000/cp.238