

DizAí: uma forma alternativa de jornalismo¹

Martina Wrasse SCHERER²

Hélio ETGES³

Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, RS

RESUMO

O jornal mural *DizAí* é uma atividade laboratorial desenvolvida pelos acadêmicos monitores do núcleo de Jornalismo da A4 - Agência Experimental de Comunicação. A publicação tem como proposta informar de maneira concisa, simples e agradável, além de auxiliar na formação de novos jornalistas. Estes, por sinal, aprendem novos métodos e têm noção real sobre o exercício do Jornalismo, pois ganham tarefas como produção de textos, obtenção de fontes e dados. Elaborado para circulação interna no Curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), sendo divulgado também na Internet, no *site* (<http://hipermidia.unisc.br/acervoa4/>) do acervo de materiais produzidos pela Agência A4.

PALAVRAS-CHAVE: *DizAí*; comunicação interna; formação profissional; jornal mural; jornalismo.

1 INTRODUÇÃO

Aprender a ser jornalista é um processo que vai muito além dos conhecimentos ditos técnicos e específicos com os quais se entra em contato na universidade. Uma diversidade de outras práticas só é aprendida quando o acadêmico entra em contato com ambiente de trabalho e isso pode ser proporcionado ainda dentro da graduação, como no exemplo dos cursos de Comunicação Social, em Agências Experimentais. Este é o caso da A4 – Agência Experimental de Comunicação, em que o aluno toma gosto e conhecimento pela prática jornalística.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade Jornal mural (conjunto e série).

² Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, da Unisc, email: martina.scherer@hotmail.com.

³ Professor Orientador do trabalho e Coordenador do núcleo de Jornalismo da A4 – Agência Experimental de Comunicação, da Unisc, professor do curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, da Unisc, email: helioetges@yahoo.com.br.

E são vários os meios de comunicação desenvolvidos. Um deles é o jornal mural. Segundo Fábio França (1988), este constitui em uma das formas mais rápidas e eficientes de comunicação, por ter uma linguagem fácil, rápida e direta. Também é um instrumento dinâmico, imediato e de baixo custo, diferente de revistas, jornais, boletins e programas televisivos. Pensando em tais benefícios foi desenvolvido o jornal mural *DizAí*, para divulgação interna do curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc).

Este formato foi escolhido por ser uma maneira alternativa de informar, além de promover a visualização do jornalismo para todos os alunos e professores, de todos os períodos e habilitações. Vale ressaltar que os conteúdos abordados abrangem, além do Jornalismo, as outras três áreas do Curso: Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Radialismo – Produção em Mídia Audiovisual, além do tecnólogo em Fotografia.

2 OBJETIVO

O jornal mural *DizAí* é um veículo de comunicação interna cuja finalidade principal é informar, de maneira rápida e prática e com qualidade e objetividade, acadêmicos e professores do curso de Comunicação Social. Isto, baseado na ética jornalística e com uma linguagem direcionada (direta e objetiva). Por ser um instrumento dinâmico e um veículo didático, abre espaço para uma gama de informações não focalizadas por outros tipos de publicações.

No quesito formação profissional, a elaboração de um jornal mural também oferece exercício real do jornalismo através de uma produção diferenciada, além do que habitualmente se encontra. Também se busca capacitar o acadêmico em elementos básicos da profissão, como escrita, entrevistas, diagramação e fotos. Além de incentivar a criação de pautas, pensamento crítico e o saber trabalhar em grupo, a fim de cumprir objetivos e os prazos estabelecidos.

Uma prática que demanda responsabilidades também no sentido do cuidado com a informação exata em todos os aspectos desde o nome das pessoas até a informação trabalhada para o meio. Com um mercado de trabalho cada vez mais competitivo, é de extrema importância a existência de ambientes que proporcionem experiência aos acadêmicos, para que estes adquiram um conhecimento diferenciado dos demais e saiam da Universidade mais capacitados em sua área.

3 JUSTIFICATIVA

A mídia impressa pode ser levada para públicos externos, ao contrário do mural, que é uma comunicação dirigida essencialmente ao público interno, podendo veicular dados reservados a esse público, segundo França (1988). O diferencial desse tipo de material depende exclusivamente da criatividade de quem o faz e do conhecimento sobre seu público e suas expectativas. Tal tarefa, então, exige considerável dedicação, capacidade criadora e trabalho e habilidade de escrita.

Além disso, a criação desperta o envolvimento do acadêmico ao executar a tarefa como um todo, pois este é encarregado desde o planejamento até a distribuição. O estudante deixa sua marca, competência, aprendizado e desenvolve sensibilidade, ou o chamado *faro jornalístico*, por aprender a valorizar seu público e captar notícias que o interessem. Afinal, conforme Joseph Pulitzer (2009), o que faz um jornal não são os tipos, nem as máquinas, nem os anúncios, mas sim cérebro, consciência, e caráter trabalhando a serviço do público.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para que o jornal mural despertasse o interesse dos alunos e professores, foi estabelecida uma data regular (a cada quinze dias), local onde o veículo seria fixado (salas de aula e murais fixos nas áreas de convivência), linguagem (clara e objetiva) e a diagramação (sempre em cores e chamativa).

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. Deve ser diagramado de forma a despertar o interesse e a curiosidade do público leitor, através de artifícios como escolha das fontes, cores, *layout*, títulos e boxes coloridos.

A atividade desenvolvida para a confecção do *DizÁi* é dividida em quatro partes:

Primeiro, são sugeridas ideias e formuladas as pautas, conforme o tema do mural. Pequenos grupos, geralmente de 3 a 5 pessoas trabalham em cada edição. Depois, acontece a busca de material, execução das entrevistas, captação das imagens fotográficas, contato com as fontes e redação dos textos. Após a junção de todo o conteúdo, este ainda por passa por revisão e por fim, o planejamento gráfico das edições, diagramação e distribuição dos exemplares.

Cabe ressaltar ainda que assim como em outras publicações jornalísticas, o jornal mural *DizAí* também obedece critérios de noticiabilidade descritos por Mário Erbolato (1991) e Gislene da Silva (2005), como proximidade, pois busca abordar conteúdos referentes à realidade do público-alvo; humanização, ao trazer assuntos ligados à vida do mesmo; além de impacto, interesse humano, importância, originalidade e, por vezes, humor. E também, para seguir Thais Mendonça Jorge (2010, pag. 30), que diz: “não existe nada mais velho do que o jornal de ontem”, apresentar, claro, sempre o novo, afinal, são as novidades que formam o jornalismo.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Trata-se de um jornal com periodicidade quinzenal, afixado nos principais pontos de acesso e circulação dos acadêmicos e professores de Comunicação Social da Unisc. O projeto editorial prevê edições quinzenais, sempre acompanhadas de recursos gráficos, imagens e fotografias que, ligados a uma diagramação criativa e linguagem objetiva, fortalecem a identidade do jornal mural.

Nele, trata-se de um noticiário mais cultural, literário ou de utilidade pública, além de comemoração de datas cívicas ou que dizem respeito à Comunicação e demais curiosidades que venham a interessar o público leitor. Busca-se temas próximos do contexto universitário e também do calendário como, por exemplo a edição do *Dia dos Namorados*, apresentada aos acadêmicos no dia 11 de junho.

O *DizAí* é fixado lugares de frequente circulação do público-alvo, de fácil acesso e boa visibilidade, como salas de aula e centros de convivência. Impresso em cores, contribui para uma melhor qualidade estética, além de chamar atenção, pois as notícias são bem distribuídas e dispostas de forma agradável. Possui formato A3, forma adotada a partir do semestre em questão, 2012/1. Antes, o mural era em tamanho A4, e não chamava a atenção, dificultava a leitura, além de restringir muito a produção de conteúdo.

6 CONSIDERAÇÕES

O *DizAí* conseguiu ser integrado ao dia-a-dia de acadêmicos e professores, trazendo informação e melhorando a comunicação interna do curso de Comunicação Social. Percebe-se que ele atinge seus objetivos, de formar verdadeiros jornalistas, com consciência das

diversas maneiras de se fazer jornalismo, inclusive de maneiras alternativas, como no caso de jornais murais.

Por sempre estar próximo dos alunos e professores, cumpre seu papel na comunicação, sendo uma forma mais dinâmica, chamativa e de agradável leitura. Proporciona uma nova forma de interação entre os acadêmicos, no qual estes são informados sobre o que acontece no Curso e fatos e acontecimento que eles mesmos gostariam de saber, mas veem isso de uma forma não convencional em que a informação é apresentada de uma maneira mais leve, mas sem nunca perder o teor jornalístico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo*: redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática, 1991

FRANÇA, Fábio. *Jornal mural*: nova e eficiente opção. Catálogo Brasileiro de Profissionais de Relações Públicas, São Paulo, 1988. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/comunicacaodirigida/0059.htm> Acesso em 08 de março de 2013.

JORGE, Thais Mendonça. *Manual do foca*: guia de sobrevivência para jornalistas. São Paulo: Contexto, 2010.

MEREU, Cristina Soares. *O jornal mural como ferramenta na comunicação interna*. Disponível em: <http://www.convergencia.jor.br/bancomonos/2006/cristinamereu.pdf> Acesso em 08 de março de 2013.

PULITZER, Joseph. *A escola de jornalismo na universidade de Columbia*: o poder da opinião pública. Florianópolis: Insular, 2009.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. *Jornalismo Empresarial*: Teoria e Prática. 3ª ed. São Paulo: Summus, 1987.

SILVA, Gislene da. *Para pensar critérios de noticiabilidade*. Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, 2005. Disponível em: www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo. Acesso em 27 de março de 2013.

SODRÉ, M.; FERRARI, M. H. *Técnica de redação*: o texto nos meios de informação. Rio de Janeiro: F. Alves, 1977.