



Mural da Oficina – uma experiência jornalística impressa em meio às transformações da Comunicação Social ¹

Monique Linhares GOMES ²

Jocélio LEAL ³

Univesidade de Fortaleza – Unifor, Fortaleza, CE

RESUMO

Este trabalho trata da experiência jornalística realizada por estudantes de Jornalismo com a produção do jornal Mural da Oficina. O produto foi pensado e elaborado de forma a acompanhar as mudanças ocorridas nos últimos tempos pela Comunicação Social, uma vez que esta se insere e adapta-se às constantes transformações sociais e tecnológicas que movimentam o fluxo da História. O surgimento de novas tecnologias da comunicação estimula a renovação dos suportes anteriores, como o que acontece na relação entre o meio virtual, a internet, e meio impresso, no caso em questão, o jornal mural. Este artigo busca compreender os elementos em comum entre os dois meios, a tendência à segmentação do jornalismo impresso e a necessidade de adaptações desse veículo diante das novas demandas comunicacionais.

Palavras-chave: Jornalismo impresso; novas tecnologias; internet; segmentação; jornal mural

¹Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Jornalismo, modalidade Jornal-mural (avulso).

²Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo da Unifor, email: monilinhaires@gmail.com.

³Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Unifor, email: jocelioleal@gmail.com



INTRODUÇÃO

O jornal Mural da Oficina foi idealizado e produzido por estagiários do Laboratório de Jornalismo (Labjor) da Universidade de Fortaleza (Unifor) e pelo professor-orientador Jocélio Leal, que por sua vez também conduziu a produção de jornais murais anteriores na disciplina Princípios e Técnicas de Jornalismo Impresso I, na Unifor. A realização do produto foi transferida para o Labjor a fim de que se tenha um caráter mais experimental, uma vez que os estagiários já tiveram contato com outras linguagens jornalísticas e estilísticas e puderam acompanhar integralmente todas as etapas do produto, de sua criação à finalização.

O estudo deste produto intenta uma investigação acadêmica que aproxime a forma e o conteúdo do jornal mural com a estética da internet, pois em ambos veículos a comunicação é feita de maneira rápida e direta, cuja disposição de elementos textuais e imagéticos deve ser bem distribuída e atrativa. A experimentação jornalística nesse formato impresso suscita uma reflexão acerca das transformações pelas quais o jornalismo passa para se renovar e adaptar-se a novas demandas e mudanças nos campos comunicativo e social.

Ao pensar em um jornal mural, cuja proposta de conteúdo é sempre temática, os estudantes levam em consideração, detalhadamente, todo o processo comum à elaboração de um produto jornalístico, em que se pondera a escolha do tema, o público-alvo, a elaboração das pautas, a disposição e tamanho dos textos e a criação de arte. Por se tratar de um mural, há também que se pensar no espaço onde será exposto, uma vez que ele é apreciado por transeuntes em locais de passagem, em que uma parada para leitura só acontece se a pessoa for atraída por um assunto comum ao ambiente em que se encontra. Ainda como um recurso de comunicação muito utilizado pelo setor de relações públicas de empresas e instituições, em que há a preocupação com o bom relacionamento e troca de informações entre os empregados, o mural trabalhado aqui vai além da função de informar e entreter o público restrito de um estabelecimento. Faz-se necessário ir mais afundo na função real do jornalismo, que além de informar, busca estabelecer uma relação social com seu público-alvo, pensando nos seus interesses e como se dará a correspondência ao que está sendo transmitido. Para reforçar as qualidades e os conceitos do jornalismo utilizados neste artigo, buscamos em José Marques de Melo a teorização.

É nesse ínterim que este artigo busca compreender a relação que o mural tem com a internet, pois os dispositivos e as motivações são bastante similares em alguns aspectos, como exemplo, é a referência ao ritmo com que o público absorve as informações transmitidas em ambos formatos. A rapidez no acesso e na leitura do conteúdo exige dos produtores de um jornal mural uma maior experimentação no trato com a informação, pois se faz necessário acompanhar o ritmo dos



receptores da mesma, em ambientes de tráfego intenso, de transitoriedade, passeio. No caso de uma oficina mecânica, o espaço é de trabalho, o tempo é corrido e as pessoas estão, geralmente, em situação de estresse, o que faz de qualquer momento de parada um descanso, e nada mais válido que tomar esse tempo com uma distração e deleite.

Com atenção a essas necessidades do leitor, e a própria vocação e pré-disposição que o jornalismo tem de se reinventar, o mural é explorado na tentativa de atender às mudanças e transformações que os veículos impressos vem passando devido ao advento de tecnologias mais avançadas de comunicação, como a virtual. Nesse contexto, foi escolhido o jornalista e teórico Alberto Dines, que aborda discussões sobre a mobilidade do jornalismo, principalmente o modo como o meio impresso se molda às novas tecnologias para aprimorar seus artifícios de atração do leitor, que tende a migrar para as novidades e como esse viés da comunicação está relacionado com o próprio movimento da História.

OBJETIVO

O objetivo deste trabalho é traçar pontos de convergência entre a linguagem e a estética da internet com o processo experimental do jornal Mural da Oficina (produto do Laboratório de Jornalismo da Universidade de Fortaleza) no contexto da comunicação social da contemporaneidade. Dessa forma, torna-se imprescindível levantar reflexões acerca das mudanças que os veículos impressos vem passando ultimamente para adaptação e firmamento diante do predomínio dos meios eletrônicos, principalmente com relação aos efeitos que a internet suscita nos processos comunicativos, na construção de notícias e na produção jornalística na atualidade.

JUSTIFICATIVA

Este artigo propõe estabelecer a importância do jornal mural, como uma experiência acadêmica inserida no contexto das transformações da comunicação social. Os estudantes que participaram do processo de elaboração e confecção do jornal, puderam experimentar uma linguagem textual e visual diferenciadas no veículo impresso, cujas características se aproximam das encontradas em novas tecnologias, como a internet.

Com o intuito de estabelecer relações entre dois meios de comunicação, o impresso (em especial o formato mural) e o cibernético, este trabalho se fundamenta nos conceitos construídos por teóricos do jornalismo e da comunicação social.

O jornalismo, sendo analisado superficialmente, é como um instrumento de mediação entre os sujeitos transmitem a informação e os que a recebem. No entanto, ele pode estar muito além de



uma comunicação unilateral, na qual não há uma troca efetiva entre interlocutor e receptor, pois, como propõe José Marques de Melo (2003), o jornalismo se define como uma espécie de relação social, dependente do equilíbrio entre os interesses da instituição e as expectativas da coletividade.

1. O Jornalismo Mutante

Como fenômeno social, é um tanto complicado investigar o jornalismo e conceber-lhe conceitos com base em teorias científicas, devido à sua essência dinâmica e às características pelas quais ele se nutre: do efêmero, do provisório, do circunstancial. Isso acaba por fazer do jornalismo uma ciência marcada pelo transitório. Dialogando com a proposta de Melo acerca da natureza desse processo social, Alberto Dines (1986) reflete sobre como a comunicação se desenvolve a partir do movimento pendular da história. O vai-e-vem ritmado e inexorável que representa a dialética dos processos históricos, sociais e da própria condição humana (p. 41).

As transformações por que passam as mídias, seja tecnológica ou ideologicamente, podem ser explicadas pela essência mutante do jornalismo. A adaptação aos formatos, a novas narrativas, tudo está atrelado ao movimento dos processos comunicativos.

O curioso no processo pendular é que seus momentos tornam-se menores e sua cadência mais rápida à medida que o veículo entra no ritmo vertiginoso das mutações tecnológicas modernas. [...] O movimento aperfeiçoamento-acomodação dos processos de comunicação demonstra, antes de tudo, que eles são imperecíveis. Veículos não se extinguem, transformam-se. (DINES, 1986, p.42)

Castells (1999, p. 25) nos mostra uma forte evidência de como não só os processos comunicativos, mas também os sociais não podem se dissociar do desenvolvimento das tecnologias, pois ele afirma que “a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas”. E pelo viés antropológico, essa relação vista pelo autor está na questão da busca pela identidade, coletiva ou individual, como fonte básica de significado social, o que a torna tão poderosa quanto a transformação tecnológica, uma vez que “todas as maiores tendências de mudanças em nosso mundo novo e confuso são afins e que podemos entender seu inter-relacionamento” (IDEM, p. 24). A comunicação social, dessa forma, acompanha todos os processos de transformação da sociedade, mas sob tensão crescente, tendo a necessidade constante de se adaptar a novas ferramentas.

Há que se reforçar a premissa de que os meios se renovam, estão em constante reciclagem, como algo natural diante do surgimento das Notas Tecnológicas de Comunicação (NTCs), definidas por Marcos Palacios (2002), para enquadrar a Internet nesse novo campo de exploração da comunicação. Ele descarta enfaticamente a ideia de que as NTCs estão em contraposição ou



superam os suportes tradicionais, como o impresso, o rádio e a TV. São meios complementares que constituem movimento não linear, como uma “articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, em diversos suportes, 'em convivência' e complementação no espaço mediático” (PALACIOS, 2002, p. 6). O surgimento de novos aparatos não descarta os anteriores, pelo contrário: “O aparecimento ou fortalecimento de um veículo determina que todo o processo seja afetado. Esta flexibilidade, esta capacidade de deslocar-se e reajustar-se, da estrutura comunicativa, torna-a indestrutível, como torna seus veículos imperecíveis” (DINES, 1986, p.44).

Desse modo, tanto o jornalismo impresso quanto os outros formatos sobrevivem, contrariando o receio de que com o desenvolvimento da Internet eles se extinguiriam – como sugeriu Pierre Lévy (*apud* PALACIOS, 2002) – pois, devido à gama de informações disponíveis aos cidadãos, Palacios afirma que é ainda mais necessário o papel do jornalista ao desempenhar a filtragem e o ordenamento desse material.

Em certa medida, existe um elo entre o jornalismo na web e o impresso, no qual é destacada uma das características da Internet que pode ser encontrada em jornais impressos, a Personalização. É definida como uma potencialidade da web, em que os sites permitem aos usuários a configuração e a disposição do conteúdo de acordo com seus interesses, o que lembra o mecanismo do jornalismo de atrair públicos específicos para diferentes suportes. Transferindo isso para o meio impresso, Palacios (1999) encontra a personalização na produção de cadernos e suplementos especiais, como cultural, infantil, feminino, automobilístico, turístico, rural, entre outros exemplos.

2. A Segmentação e o Jornal Mural

A forma como o jornal mural pode encaixar-se nesse conceito se fundamenta pela tendência a segmentação da produção jornalística. A utilização de temas está atrelada a busca por um público específico, que na essência mesma do mural, como propõe França (2000), é para o público interno de uma empresa ou instituição que ele é direcionado. O fato é que, por uma visão geral, além de se dirigir a um público restrito, deve-se pensar na prática do jornalismo na tentativa de garantir uma boa comunicação e a utilidade dos assuntos abordados no mural. Assim, considerando os interesses comuns e o ambiente de trabalho, podem ser pautadas temáticas que envolvam noticiários de cultura, política, entretenimento e cotidiano.

O interesse em se comunicar “pelas paredes” e de forma imediata, tem origem em tempos remotos, quando os homens faziam seus registros nas paredes de cavernas, a cerca de 40 mil anos, como afirma Ricardo Eduarte Pereira (2000). Por esse material, fonte de grande importância para a comunicação, era possível identificar a identidade de cada tribo e seu cotidiano. Ao longo dos



tempos, essa importância não foi diminuída, pelo contrário, tendo em vista que o suporte impresso não foi extinto, ele passa por adaptações ao sabor das transformações sociais.

As novas demandas tecnológicas, como a rapidez e a fácil disposição de conteúdos proporcionadas pela Internet, transformaram o acesso à informação e os seus diversos suportes, modificando também os gostos de diferentes públicos. A questão é de que maneira os veículos impressos, e principalmente o mural, podem atender a essas demandas advindas com a segmentação de públicos e conteúdos. Simplificadamente, alguns fatores técnicos e básicos são levados em consideração na construção de um jornal mural.

De acordo com França, pelo objetivo mesmo desse suporte ser encontrado em espaços de intenso tráfego de pessoas, sua localização deve ser de fácil acesso, visibilidade e com uma boa iluminação; isso acarreta em um cuidado que não pode ser esquecido: a aparência do mural, seu *lay-out*. Este é um ponto fundamental de discussão neste artigo, uma vez que a disposição gráfica deste suporte está estreitamente ligado ao apelo visual, como no caso da internet e, por esse quesito, tem mais potencial de atrair a atenção e o interesse do leitor. Para Pereira e França (2000), um jornal mural deve ser bem ilustrado, mesmo que em detrimento dos textos, de forma que estes estejam bem distribuídos e dispostos em uma programação visual bem feita. Outro ponto é a similaridade dos textos formatados para ambos suportes, mural e internet, cuja linguagem é direta e concisa, o tamanho é reduzido e de estilo que aproxima o público-alvo da produção jornalística a ele dirigido.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Trata-se de um produto realizado com base em pesquisas experimentais, bibliográficas, documental e de campo. O jornal Mural da Oficina foi idealizado pelos estagiários de redação do Labjor, Diego Benevides, Monique Linhares e Bruno Anderson, e pelo professor-orientador do produto, Jocélio Leal. Antes de tudo, foi lembrado o caráter experimental deste jornal, uma vez que não é o tipo de produção realizada pelo viés de Relações Públicas, cujo direcionamento é dado ao público interno de alguma empresa ou instituição.

Seguindo as premissas que o professor já havia estabelecido para a produção de murais anteriores na disciplina de Princípios e Técnicas de Jornalismo Impresso I, a primeira etapa foi a escolha do tema e o principal público-alvo, pois em todas as edições passadas, o produto foi exposto em locais de grande circulação, seja espaço privado ou não, com variedade de públicos. No caso em questão, a oficina mecânica suscitou uma gama de discussões acerca do que poderia atrair o interesse tanto dos empregados, da gerência, dos clientes e dos curiosos em geral.

A partir da tempestade de ideias foram elaboradas as pautas, definidas de acordo os interesses e



afinidades das pessoas que encontramos em uma oficina. Durante a produção das matérias, foram utilizados recursos como entrevistas; pesquisas via internet e pré-entrevistas, pesquisas de opinião; e busca de imagens com direitos autorais para ilustração do mural.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O tema central do mural, que gerou a matéria principal e base para duas coordenadas, foi o Calendário Pirelli, conhecido por sua sofisticação em publicar ensaios sensuais de mulheres famosas com o calendário anual. É uma adaptação seletiva e segmentada, para poucos, de um material comumente encontrado nos recônditos de uma oficina mecânica, para a distração dos empregados.

Foram feitas pesquisas via internet sobre história do calendário Pirelli¹, os ensaios de maior repercussão, o grupo de fotógrafos e modelos envolvidos, além da busca por fotografias que ilustrassem a matéria principal, a fim de mostrar ao público-alvo um acervo ao qual a maioria não poderia ter acesso, pelo alto custo de aquisição de um calendário da marca.

As matérias coordenadas foram pensadas e construídas com base em entrevistas e depoimentos de mecânicos e gerentes de oficina, que levantaram observações sobre calendários e contaram histórias do cotidiano desse ambiente. Surgiram assim matérias de interesse humano, com o objetivo de aproximar os leitores eventuais do mural pela identificação com o assunto.

Outra pauta foi pensada com o intuito de encontrar outras formas pelas quais as mulheres se inseriam nesse ambiente predominantemente masculino. Durante a produção, houve dificuldade de encontrar o objeto inicial da matéria: uma mulher que trabalhasse como técnica em oficina na cidade de Fortaleza. Para não derrubar a pauta, que seria de interesse dos clientes de uma oficina, foi proposta outra abordagem, sobre a frequência com que as mulheres levam seu carro para o conserto, e se nesse ato, há uma relação de confiança entre o mecânico e a cliente. Foram feitas entrevistas com alguns clientes e com o gerente de uma oficina.

Outra modalidade jornalística também foi pautada para o mural: uma enquete sobre o manual de instruções do automóvel. Procuramos investigar sua importância, reforçada com o depoimento de um profissional em mecânica automobilística, e também perguntamos a alguns usuários se costumam ler esse material e se o acham relevante para o bom funcionamento do carro.

Além do material escrito e editado, a diagramação do mural foi construída juntamente com a

1 O calendário Pirelli é uma produção artística criada há mais de 40 anos pela empresa italiana Pirelli Pneus, fundada em 1872 como uma fábrica de artefatos de borracha. Atualmente, é a quinta maior especialista em reposição de pneus do mundo, de acordo com informações do site oficial da empresa. Disponível em <<http://www.pirelli.com.br/web/company/about-pirelli-tyre/default.page>>



equipe de criação de arte do Labjor, constituída de estagiários, professores e técnicos. A página foi montada graficamente com os elementos de uma oficina, de forma a recriar virtualmente esse ambiente.

CONSIDERAÇÕES

Este trabalho não se propõe conclusivo, pois descreve uma experiência recorrente no ambiente acadêmico, onde se fomentam pesquisas e reflexões acerca de conceitos inacabados, mas complementares, dos quais se extraem fundamentos para a realização de trabalhos práticos.

A produção do mural teve como base os princípios que regem e interligam os suportes impresso e virtual, como a utilização de textos diretos e concisos, o forte apelo visual e o espaço de veiculação dos formatos. Pensar em tudo isso se deve ao fato de que ambos os veículos são direcionados para públicos específicos, marca da segmentação, e a comunicação é efetivada de forma rápida e frenética, devido aos locais de trânsito intenso de pessoas nos quais um jornal mural é afixado, similar à navegação virtual em diferentes sites da internet.

O desenvolvimento do Mural da Oficina foi reflexo da percepção de que os suportes comunicativos se entrelaçam em suas linguagens e demandas, pois acompanham o ritmo das transformações sociais e tecnológicas que influenciam as mudanças no campo da comunicação social.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1). São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DINES, Alberto. **O papel do jornal**: uma releitura. São Paulo: Sumus, 1986.

FRANÇA, Fábio. **Jornal Mural**: Nova e eficiente opção. 2000. Disponível em <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/comunicacaodirigida/0059.htm>>. Acesso em: 12 abril de 2009

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

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória**: Apontamentos para debate. In: JORNADAS DO JORNALISMO ONLINE, 2002, Portugal. Universidade da Beira Interior: Departamento de Comunicação e Artes, 2002. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>. Acesso em: 12 de abril de 2009.

PEREIRA, Ricardo Eduarte. **Relações Públicas com o Público Interno**. 2000. Disponível em <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/relacoescomospublicos/0034.htm>>. Acesso em 13 de abril de 2009