

***O Expresso: O jornal-mural para o usuário de ônibus coletivo de Viçosa*¹**

Marcela CORCINO²

Laene MUCCI DANIEL³

Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

RESUMO

O artigo apresenta o jornal-mural *O Expresso*, do projeto de extensão *Comunicação em Movimento*, da Universidade Federal de Viçosa. O jornal-mural, afixado e circulando mensalmente nos ônibus da cidade de Viçosa, foi criado com a finalidade de ser um veículo de comunicação para entreter e informar os usuários de ônibus – um público que, em geral, não tem acesso ao jornalismo impresso local. Para os estudantes, a produção do jornal do ônibus é uma forma de assimilar a prática e a técnica jornalística, aprendendo a conviver com a diversidade de desejos e opiniões, num cenário mais próximo da realidade profissional do jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: jornal-mural; jornal do ônibus; comunicação; informação; cidadão.

1. INTRODUÇÃO

O advento da Internet e do Webjornalismo não excluem o Jornalismo impresso, como opinam vários estudiosos da Comunicação e também jornalistas. Jornais e revistas contribuem para a explicação, o esclarecimento e o aprofundamento da notícia, caracterizando, desta forma, o jornalismo interpretativo e opinativo. Na cidade de Viçosa, há três jornais impressos, sendo dois com periodicidade semanal e adquiridos pelo pagamento do exemplar na banca ou via assinatura, e um quinzenal distribuído gratuitamente.

A produção do jornal *O Expresso* se iniciou em agosto de 2011, e, desde então, propõe elaborar um jornal mensal produzido pelos alunos de jornalismo (UFV) que ficará disponível gratuitamente para aos usuários dos ônibus municipais da cidade. Assim, por esse meio impresso, os alunos assimilam as etapas práticas da sua produção jornalística, além de se aproximarem da comunidade Viçosense.

O jornal-mural *O Expresso* é totalmente pensado e produzido para atender um leitor preferencial (público-alvo), estimado em cerca de 8.500 pessoas por dia, segundo Prof^o Tancredo Almada Cruz, diretor da ONG *Census* em Viçosa, formado por passageiros, motoristas e trocadores dos ônibus municipais da cidade. O jornal é uma produção

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade jornal-mural laboratório (conjunto/série).

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social, email: marcela.corcino@ufv.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social, email: laenemucci@gmail.com.

alternativa da forma tradicional de se fazer um jornal, principalmente, por tentar se aproximar ao máximo da realidade dos usuários dos ônibus municipais.

2. OBJETIVO

A produção do jornal-mural *O Expresso* tem como objetivo propiciar aos alunos de jornalismo a vivência do fazer jornalístico por meio de um jornal mensal, e aos usuários de ônibus municipais, o contato com um jornal, feito para e com eles. *O Expresso*, portanto, possibilita a prática de conceitos vistos em sala de aula, relacionada a jornalismo informativo, jornalismo interpretativo, jornalismo opinativo e editoração gráfica permitindo que os estudantes de jornalismo pesquem, discutam e entendam a potencialidade de um jornalismo comprometido com os interesses da população (cidadania e democracia).

O Expresso objetiva também tornar o público-alvo mais ativo, isso será possível com a participação no processo de produção das matérias e notícia. Buscando uma força de ação informativa e cultural que melhore a visão crítica em relação à cidade onde vive, trazendo de uma forma diferente e lúdica assuntos relevantes a sua realidade.

3. JUSTIFICATIVA

O jornal *O Expresso* tem um relevante papel de informar à comunidade o que é de interesse público como: campanhas de saúde, postos de atendimento ao cidadão, funcionamento de ONGs, além de trazer a programação cultural de Viçosa. O jornal do ônibus atende aqueles que não têm fácil – e gratuito – acesso à informação jornalística e pela sua apresentação gráfica, em que imagens são destacadas, atende também aqueles que têm dificuldade ou não sabem ler. Pela sua relevância social e em consonância com o jornalismo de serviço público também conhecido como jornalismo comunitário, *O Expresso* será produzido para impactar positivamente a comunidade dos usuários do transporte coletivo de Viçosa.

O homem tem necessidade de se informar para ser considerado plenamente um cidadão, variando apenas os assuntos pelos quais se interessa. No entanto, a forma com que vai ter acesso a essa informação depende muito do tempo que dispõe e de suas condições financeiras. (PASTORELLO, 2008).

O Expresso é afixado, dentro do ônibus, no vidro que fica atrás do assento do motorista, um espaço comumente usado como quadro de avisos, em que anúncios, cartazes e comunicados voltados aos passageiros são colados. Assim, o jornal afixado no quadro de

vidro fica disponível para leitura dos usuários do transporte coletivo.

Segundo França (1988), o jornal-mural, é um instrumento dinâmico e imediato a baixo custo e deve dispor de planejamento prévio, programação visual e ainda contar com recursos gráficos, como fotos e ilustrações. A fim de chamar a atenção do usuário de ônibus, o jornal-mural deve contar com elementos imagéticos para que seja visualmente atraente.

A atratividade visual, uma das características da sociedade da imagem, é incorporada pelo jornalismo, em que a tendência permanente é a de se privilegiar as imagens, associadas a textos curtos, objetivos, dispostos de forma legível. “A legibilidade de um texto depende de elementos, tais como a forma das letras, corpo utilizado, comprimento das linhas, entrelinhamento, espaçamento e margens” (HOELTZ, 2001, p.3). Considerar esses elementos na página faz parte da diagramação, em que textos e imagens são combinados de acordo com os princípios básicos do design: Contraste, Proximidade, Repetição, Alinhamento (WILIAMS, 1995), as técnicas visuais (DONDIS, 2004) e os princípios do Layout: Equilíbrio, Contraste, Direção visual, Proporções, Unidade, Harmonia, (SANT’ANNA, 2009).

A diagramação é, portanto, a arte de coordenar corretamente o material gráfico com o material jornalístico, combinando os dois elementos com o objetivo principal de atrair o leitor. "Enquanto a paginação quer dizer a montagem de títulos, notícias e fotos, a diagramação é a consciência dos elementos gráficos com a estética, o liame entre a técnica do jornal e a arte da apresentação". (BAHIA, 2009).

As notícias no jornalismo impresso têm sido apresentadas, dispostas na página, diagramadas para, muito mais do que serem lidas, serem vistas. Desde a década de 50, assistimos a redesenhos e remodelagens dos jornais brasileiros, em que projetos editoriais se expressam em projetos gráficos que privilegiam a imagem para dar sentido visual à informação. “Elementos visuais, tais como fotografias a cor, gráficos, desenhos, selos e retículas adquirem cada vez maior importância” (VELA, s/d, p. 1). O tempo é o da consciência da importância da forma, como parceira do conteúdo, em que “precisa-se de uma capacidade para fazer **"notícias para ver"**. Trata-se do aproveitamento de todos os recursos gráficos, dentro de uma pauta de edição feita com sentido informativo”. (VELA, s/d, p.3).

“É através do layout (composição de uma página impressa) que o diagramador revela a sua intencionalidade, onde a disposição dos elementos funciona como uma linguagem, onde forma e conteúdo permitem uma sintaxe da página.” (VELA, s/d, p. 4).

Nessa perspectiva conceitual, o jornal-mural pretende se aproximar do *layout* em que imagens devem ser priorizadas e recursos que harmonizem e destaquem a página (combinação de cores, aumento do corpo de fontes, destaques de títulos, “enxugamento e respiração” de texto, fotos impactantes, infográficos) devem ser bem usados. Para atender ao desafio de ser lido em pleno movimento do ônibus pelas ruas da cidade, o projeto do jornal *O Expresso* precisou conduzir um diálogo eficiente entre o conteúdo jornalístico e a imagem comunicacional, cumprindo pontuais objetivos.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a diagramação, tem sido usado o *software* Adobe Indesign, na edição e tratamento de imagens, utiliza-se o programa Adobe Photoshop, e as ilustrações tem sido produzidas a mão ou em programas de computador e, quando necessário, digitalizadas e finalizadas no Corel Draw. Para a produção das fotos e apuração das reportagens têm sido usados as câmeras Nikon D90, do Departamento de Comunicação Social da UFV e gravadores de áudio dos alunos integrantes do projeto.

A edição teste, com 50 exemplares, foi impressa em gráfica digital (gráfica rápida), a 4 cores, em papel sulfite. A partir da edição 1, o jornal tem sido impresso em processo *Off-set*, a 4 cores, em papel Couchê liso 90g, na gráfica da Universidade Federal de Viçosa, alcançando a tiragem mensal de 100 exemplares.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Desde o início, a proposta tem sido levar aos leitores, um jornal que se identifique com eles (o público-alvo), o ambiente (interior do veículo) e o tempo (veículo em movimento) em que vai ser lido. Por isso, antes da primeira edição, os usuários foram ouvidos, através da aplicação de um questionário de pesquisa quando 78 pessoas cederam informações sobre suas preferências quanto a opções de leitura e lazer, temas que desejam ver no jornal e outros dados pessoais. A partir da tabulação dos resultados da primeira pesquisa, o perfil do público-alvo do jornal começou a ser traçado, a pauta foi definida e a produção de matérias, entrevistas e fotos foi iniciada.

Em 1º de dezembro de 2011, foi lançada uma edição teste do jornal *O Expresso*, com o tema Viçosa. Esta temática foi pensada para que esse número teste pudesse atrair e aproximar os futuros leitores, através de reportagens que lembravam as peculiaridades da cidade, em especial os bairros dos entrevistados pela pesquisa. As demais edições, março e abril, são de temáticas livres.

Produzido em formato de um cartaz de 37 cm de largura e 41,5 cm de altura foi necessário a padronização do tamanho das matérias que tinham que ser legíveis em um ônibus em movimento. O padrão ficou em torno de 800 caracteres por reportagem e com fontes de corpo 21, o que possibilitou um maior aproveitamento do espaço. Outra preocupação é com os títulos das matérias, pois é necessário que ele atraia o leitor, sendo usados títulos curtos que as contextualizem em poucas palavras.

Para atender aos seus objetivos, desenvolvidos no projeto editorial e gráfico, o jornal tem trazido sempre em suas edições, uma matéria especial sobre a cidade (moradores, bairros, histórias), uma matéria de prestação de serviço, uma tirinha, um poema e uma novela-real (a cada edição um capítulo). Assim, a identidade do *O Expresso* vai se construindo, amadurecendo e se fortalecendo como um jornal diferenciado na cidade.

Figura 1: Passageiro lendo o jornal *O Expresso*



Fonte: Dados projeto Comunicação em Movimento

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Expresso está em sua terceira edição e tem atraído a atenção dos usuários do transporte coletivo. Como um jornal-mural que tem como principal objetivo veicular informação, os integrantes do grupo priorizam as matérias de prestação de serviço. O entretenimento também é trabalhado com as tirinhas, que buscam retratar o cotidiano dos passageiros. Além de trazer algo diferente em um jornal, o poema permite aos usuários o contato com algo não muito comum em seu dia-a-dia.

Nesses três números, é notável a evolução do processo produtivo tanto das matérias quanto da diagramação. Algumas dessas mudanças foram proporcionadas pela troca do papel (melhor qualidade). A disposição das matérias tornou o jornal mais leve e dinâmico, o formato e a posição da tirinha foram padronizados proporcionando uma melhor compreensão quando comparado com a edição teste. Aprimorou-se o uso das cores, já que esse recurso bem utilizado permite a atratividade visual necessária para atingir o público-leitor.

Assim, após cada lançamento, uma observação mais criteriosa é feita pelos integrantes do projeto que podem identificar falhas quanto à relação imagem/texto, corpo das fontes, o formato da tirinha, os contrastes de cor, tamanho das matérias. Através dessa análise, é possível repensar o projeto gráfico e editorial do jornal para um melhor aproveitamento, melhorando a qualidade do produto oferecido.

Os objetivos principais do jornal- mural *O Expresso* estão sendo atendidos. Quem anda de ônibus tem agora o acesso a um jornal programado para ele. Desde a escolha da pauta e das fontes entrevistadas, o foco é o usuário de ônibus. Do outro lado, os alunos de Jornalismo também estão sendo atendidos, na prática do fazer jornalístico. Cuidando de reportar, editar, diagramar, produzir, distribuir e divulgar o jornal, o grupo passa a conhecer e praticar o diálogo multidisciplinar que um veículo de comunicação exige.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009

DONDIS, Donis, A. **La sintaxis de la imagen : introducción al alfabet visual**. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.

FRANÇA, Fábio. **Jornal Mural: Nova e Eficiente Opção**. In: Catálogo Brasileiro de Profissionais de Relações Públicas, São Paulo, v. 10, p. 115-116, dez. 1988, editado pelo CONRERP 2ª Região – São Paulo/Paraná. Disponível em <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/comunicacaodirigida/0059.htm>>. Acesso em 09/04/2012.

HOELTZ, Mirela. **Design Gráfico - dos espelhos às janelas de papel**. In: XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação, Campo Grande/MS, setembro 2001. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/hoeltz-mirela-design-grafico.pdf>>. Acesso em 09/04/ 2012.

PASTORELLO, Elthon de Aguiar. **O Perfil Editorial do Jornal da Globo: Uma análise das editorias de política e economia do telejornal**. Monografia (Graduação em Jornalismo) Centro Universitário de Belo Horizonte - UNI-BH, Belo Horizonte, 2008. Disponível em <<http://convergencia.jor.br/bancomonos/2008/elthon.pdf>>. Acesso em 08/04/2012.

SANT'ANNA, Armando et al. **Propaganda. Teoria e prática**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

VELA, Norah Shallymar Gamboa. **Notícias para ver. Uma introdução ao estudo morfológico dos projetos gráficos de jornais USP**. Disponível em<http://www.unifra.br/professores/13647/Artigo_NoticiasParaVer.PDF>. Acesso em 08/04/2012.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer: Noções Básicas de Planejamento Visual**. São Paulo: Callis, 1995.