

Jornal-mural *O Expresso*: a prestação de serviços a partir de uma edição especial foto-ilustrativa¹

Jéssica SANTANA²
Laene MUCCI DANIEL³
Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

RESUMO: O artigo apresenta a edição foto-ilustrativa do jornal-mural *O Expresso*. Esta edição foi produzida a partir de pesquisa realizada com 100 usuários de ônibus - o público-alvo do jornal - que indicaram a preferência pelas fotos e ilustrações e a importância de matérias do tipo prestação de serviço. Após oito edições circuladas, a edição especial veio para possibilitar ao jornal-mural maior aproximação do Jornalismo Público, reforçando a participação dos leitores ao levar em conta as pautas sugeridas por eles, estreitando constantemente as relações.

PALAVRAS – CHAVE: jornal - mural; prestação de serviços; jornal do ônibus; *O Expresso*.

1 INTRODUÇÃO

O jornal-mural *O Expresso* é produzido por estudantes de Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa desde agosto de 2011, voltado especificamente para os usuários do transporte coletivo da cidade mineira. *O Expresso* se distingue entre os outros jornais do município por sua periodicidade mensal e por ser distribuído gratuitamente. Além disso, o jornal pauta pessoas comuns da sociedade que, geralmente, não são destaque na grande mídia. Nesta edição especial há a participação da comunidade local sugerindo pautas, ou seja, trata-se de um meio de comunicação que é feito para e com a participação do usuário de ônibus.

No seu segundo ano de circulação e com oito edições já publicadas, a equipe do jornal lança uma edição especial após a aplicação de questionários com 100 usuários de ônibus. O intuito era que ela atendesse aos pedidos dos usuários de ônibus. Desta maneira, a partir dos resultados coletados chegou-se à conclusão de que 80 usuários de ônibus consultados se lembram das fotos e das ilustrações do jornal representando,

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade jornal-mural (avulso).

² Aluna líder do grupo e estudante do 4º Semestre do Curso Comunicação Social, e-mail: jessica.santana@ufv.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social, e-mail: laenemucci@gmail.com

portanto, a maioria (80%). É crucial ressaltar que o público d'*O Expresso* é heterogêneo (crianças, adultos, idosos, donas de casa, trabalhadores, estudantes, etc.) e há pessoas que não sabem ler, logo, a importância de se ter um número maior de imagens no jornal-mural facilitando a visualização por todos, e inclusive, dos analfabetos.

O jornal-mural, então, permite atender a um público pouco familiarizado com a leitura, porém diretamente interessado nos temas tratados pelo jornal. Ou seja, o fato de se estar abordando a vida da comunidade, suas conquistas, seus problemas são motivos por si só para mobilizar a população para a leitura do jornal, mas as dificuldades e as questões inerentes ao cotidiano, até mesmo de se garantir a sobrevivência – realidade nos meios populares brasileiros e latino-americanos – tornam esta leitura, muitas vezes, secundária. As fotos, as ilustrações e o colorido, então, aparecem como um estímulo ao sentido da visão, servindo de subterfúgio para a leitura do texto e, ao mesmo tempo, sendo também eles informações que se somam. (SPENILLO, 2007, p.3)

Outro ponto identificado na pesquisa é que matérias que abordem prestação de serviços, - já produzidas pelo jornal-, são valorizadas e sugeridas ainda mais pelos usuários de ônibus. Das 57 pessoas que sugeriram pautas, 37 (64,91%) pediram que fossem divulgadas instituições da cidade que proporcionam à comunidade serviços gratuitos. A partir disso, a edição especial foi composta por matérias do tipo prestação de serviços tratadas no formato de ilustrações e fotografias.

2 OBJETIVO

A edição especial d'*O Expresso* tem como objetivo geral proporcionar ao público-alvo um veículo de informação feito para e com eles. Dentro desse objetivo, destaca-se o intuito de produzir um jornal mais próximo às necessidades do público (os usuários de ônibus). Além disso, objetiva-se o estreitamento das relações com os leitores para assim, caminhar em direção a uma participação efetiva do público na produção do jornal.

Ao criar um jornal que atenda aos pedidos dos leitores, consequentemente, aumenta-se a visibilidade d'*O Expresso* que é também um dos objetivos da equipe. Por fim procura-se propiciar aos alunos de Jornalismo da UFV um maior contato e vivência com o fazer jornalístico. O jornal é uma oportunidade de colocar em prática os

conceitos aprendidos em sala de aula, além de propor experiências novas e enriquecedoras para a futura profissão.

3 JUSTIFICATIVA

A edição especial d'*O Expresso* é importante, pois seu processo de produção envolveu um maior contato com o público-alvo, o que é fundamental, já que se deve sempre tentar atender aos seus pedidos e estreitar as relações. Seguir o que os usuários de ônibus responderam através de questionários é cumprir com o Jornalismo Público que como Duarte (s.d.) afirma está ligado à “conceituação de serviço público que tem como prerrogativa o atendimento às necessidades do cidadão, assim como saúde, educação, cultura, e assim é o que deve pretender fazer um veículo de comunicação pública”. Ou seja, as informações contidas no veículo de comunicação, (neste caso, *O Expresso*) devem ser voltadas para os cidadãos. Característica apontada por Corcino e Mucci Daniel que sobre *O Expresso* afirmam, “é uma produção alternativa da forma tradicional de se fazer um jornal, principalmente, por tentar se aproximar ao máximo da realidade dos usuários dos ônibus municipais” (2012, p.2).

Outro fator que justifica a importância da edição especial d'*O Expresso* é o fato da contribuição que ele propõe ao público-alvo, já que por meio das matérias os usuários de ônibus podem se informar acerca de serviços prestados gratuitamente na cidade. E um modelo com fotos e ilustrações facilita a visualização, ao diminuir o bloco de texto e destacar as mensagens visuais, e também pelo fato de se tratar de uma leitura em movimento que deve ser objetiva e rápida.

O jornal-mural mostra-se como um recurso por excelência no trabalho com grupos populares, pois une ao texto escrito imagem, cor e adereços visuais, que facilitam atrair a atenção do leitor. Uma atenção que já é naturalmente disputada por conta dos inúmeros atrativos audiovisuais de nossa sociedade, e que nos meios populares encontra-se, ainda, especialmente comprometida pelas características da linguagem cotidiana serem muito mais orais do que escritas. (SPENILLO, 2007, p.3)

Fator apontando por França (1988, s.p.) também que diz que o jornal-mural é “um instrumento de comunicação rápida e imediata”.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto de criação da edição especial d’*O Expresso* foi dividida nas seguintes etapas:

4.1 Pré produção

Esta fase envolveu a elaboração dos questionários, contendo seis perguntas: a) o que você mais gosta d’*O Expresso*? ; b) Como você encara as fotos? ; c) Sobre o quadro “Da janela”, o que te chama mais atenção? ; d) Você já leu o expediente? ; e) As informações contidas n*O Expresso*, já te serviu/ajudou em algo?; f) O que você sugere para as pautas, identidade visual e distribuição do jornal?

Foi estabelecida a meta de aplicar 100 questionários por diversos pontos de ônibus da cidade, a aplicação ocorreu entre o final de março e início de abril. Para criar a edição especial, a equipe do jornal focou na observação das respostas para as perguntas a e f, pois informavam o formato e o tipo de matérias que os leitores preferiam. Logo após a tabulação e análise de dados, o grupo observou que:

- Conforme a tabela 1, dos 100 usuários de ônibus consultados, 38 (38%) responderam que se lembram das fotos e 42 (42%) das ilustrações d’*O Expresso*.

Tabela 1: O que você mais gosta d’*O Expresso*?

Ilustrações		Fotos		Outros (cores, matérias)	
42	42%	38	38%	20	20%

Número total de base: 100

- Conforme a tabela 2, dos 100 usuários entrevistados, apenas 57 (57%) sugeriram pautas, e dentro desse grupo, 37 (64, 91%) escolheram prestação de serviços.

Tabela 2: Sugestões de pautas

Prestação de serviços		Outros (notícias da cidade, esporte, bem estar)	
37	64, 91%	20	35,09%

Número total base: 57

4.2 Produção e finalização

A partir dos resultados obtidos, ficou decidido que a edição especial iria tratar de assuntos voltados à prestação de serviços na forma de fotos e ilustrações. As pautas foram escolhidas por meio de pesquisas sobre instituições que prestam serviços gratuitos à cidade, além de temas atuais que merecem maior atenção, como por exemplo, a dengue. Só em Minas Gerais desde o início do ano até o dia 12 de março foram notificados 78.242 casos de dengue⁴, índice alarmante, precisando, assim, de maior conscientização da sociedade.

Após esse primeiro passo, o ilustrador e a fotógrafa começaram os respectivos trabalhos, cabendo aos outros membros da equipe à responsabilidade de redação, além de editar, revisar e diagramar o jornal-mural. Finalizadas as etapas acima, o jornal passou pela produção gráfica. A última fase foi a de colagem da edição especial dentro dos transportes coletivos e nos pontos ônibus da cidade.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A edição especial d'*O Expresso* teve tiragem de 200 exemplares. Impressa em papel couchê liso, gramatura 90g, no formato 41 x 60,5 cm, a quatro cores. O público-alvo do jornal são os usuários de ônibus coletivo de Viçosa e devido a isso o jornal é afixado no interior dos ônibus em um vidro que fica atrás da cadeira do motorista obedecendo à característica do jornal-mural que é colado “sobre a superfície do quadro de avisos propriamente dito, dependente, portanto desse suporte” (LOCK, 2007, p.2). Além disso, o jornal é afixado também em alguns pontos de ônibus do município.

Essa edição possui cinco matérias que falam sobre: o “Capoeirê” que se trata de um projeto cuja finalidade é ensinar capoeira e transmitir valores morais às crianças carentes, gratuitamente, exigindo apenas, que elas frequentem a escola e tenham boas notas; A Rebusca – Ação Social Evangélica Viçosense que é uma instituição que cuida

⁴ Dados obtidos do site <http://www.combateadengue.com.br/minas-tem-quase-80-mil-casos-de-dengue-situacao-ainda-pode-piorar/> Acesso em 13/04/2013.

das crianças enquanto suas mães trabalham, além de oferecer assistência às famílias e possuir diversos programas sociais; A APONE – Associação dos portadores de necessidades especiais – que auxilia essas pessoas com limitações físicas com transporte, cestas básicas, apoio emocional e psicológico, na busca por um emprego, entre outros serviços.

Além disso, a edição especial do jornal-mural traz também uma ilustração que apresenta as principais características dos agentes da dengue de Viçosa, como bolsa amarela, crachá de identificação e blusa polo amarronzada. A proposta é de convencer os moradores a deixarem os agentes entrarem em suas casas, uma das dificuldades encontradas no combate à dengue em Viçosa. Por fim, tem-se uma história em quadrinhos onde pai e filho conversam sobre livros, incentivando assim, a leitura e apresentando um local na cidade onde os livros podem ser emprestados a qualquer pessoa. Esse assunto foi escolhido, após observar pesquisas do Instituto Pró-Livro⁵ que revela que o índice de brasileiros considerados leitores, caiu de 55% em 2007 para 50% em 2011.

Além do predomínio de temas ligados à prestação gratuita de serviços, a edição especial diferencia-se das outras edições do jornal por algumas modificações na identidade visual, como por exemplo, a logomarca que foi enriquecida com o acréscimo de dois personagens simbolizando os leitores do jornal, numa direta referência à participação especial do público-alvo no processo desta edição. O tradicional vermelho das bordas externas do jornal foi substituído pela cor verde, escolhida por ser associada, segundo Freitas (2007) com bem-estar, saúde, paz, juventude e remeter à esperança, que tem ligação direta e indiretamente com o conteúdo das matérias do jornal.

6 CONSIDERAÇÕES

Após a circulação de oito edições d'*O Expresso* em busca do estreitamento e maior interação com nosso público, resolvemos fazer uma edição especial voltada a atender exclusivamente os resultados da pesquisa. O que foi importante, pois, os 100

⁵ Dados obtidos do site http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/dados/anexos/2834_10.pdf
Acesso em 13/04/2013.

usuários de ônibus consultados apontaram sugestões, críticas, preferências e novos rumos. Além disso, notamos que é necessário consultar, ouvir e interagir mais constantemente com o nosso público-alvo.

Os principais objetivos já estão sendo atingidos como o de entreter e informar o usuário de ônibus além de possibilitar um jornal produzido para eles. A equipe precisa avançar e dessa maneira, intensificar a participação do público por meio de reuniões com as associações de bairro, questionários, oficinas, entre outros, para que eles participem sugerindo pautas, e quem sabe, futuramente, na produção direta do jornal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COMUNICAÇÃO EM MOVIMENTO. *O Expresso: o jornal-cartaz dos usuários de transporte coletivo de Viçosa.* Projeto de extensão do Curso de Jornalismo, Departamento de Comunicação Social UFV. Aprovado pela Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, UFV, 2012-2014 (documento interno)

CORCINO, Marcela, MUCCI DANIEL, Laene. ***O Expresso: O jornal-mural para o usuário de ônibus coletivo de Viçosa.*** Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/expocom/EX33-1788-1.pdf>>. Acesso em 16/04/2013.

DUARTE, Patrícia. **Jornalismo público é possível.** Disponível em <<http://www.arpub.org.br/zip/texto8.pdf>>. Acesso em 16/04/2013.

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 13/04/2013.

FREITAS, Ana Karina. **Psicodinâmica das cores em Comunicação.** Disponível em <http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Cor/psicodinamica_das_cores_em_comunicacao.pdf>. Acesso em 16/04/2013.

LOCK, Vicente Marcos. **Publicação empresarial versus jornal-laboratório. A experiência do jornal-cartaz Grita Grilo.** In: 10º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo – Goiânia-GO – 27 a 30 de abril de 2007. Disponível em <<http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php?id=30&cf=1>>. Acesso em 14/04/2013.

SPENILLO, Giuseppa. **Comunicação Comunitária e novas tecnologias – por uma formação profissional em busca da cidadania.** Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116821803492441789618364147096662449211.pdf>>. Acesso em 13/04/2013.