

## **Informativo Infoaqua<sup>1</sup>**

Alexandre PESSOA<sup>2</sup>

Geysica Caetano REIS<sup>3</sup>

Karoline FOGAÇA<sup>4</sup>

Éverly PEGORARO<sup>5</sup>

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava-PR

### **RESUMO**

A proposta deste trabalho é a elaboração de um informativo impresso intitulado *Infoaqua*. Pretende-se, através dele, chamar a atenção de um público específico, o infante-juvenil, para o assunto água na região Centro-Sul do Paraná. Para chamar a atenção desse público, optou-se pela apresentação das informações através de uma narrativa não-linear, com o auxílio de personagens criados pelo próprio grupo. O formato do informativo é o “jornal bandeja”, para ser distribuído em locais específicos, tais como restaurantes e lanchonetes, representando um produto que alie informação e entretenimento ao público-alvo.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornal bandeja; jornalismo especializado, narrativa não-linear.

### **1 INTRODUÇÃO**

Nas últimas décadas, há uma preocupação intensa com questões relacionadas ao meio ambiente. Com o aumento da poluição, dos desastres ambientais e dos estudos que não trazem resultados animadores aos seres humanos, têm-se buscado cada vez mais informações sobre essas questões.

Sendo assim, a preocupação com o meio ambiente se tornou uma responsabilidade de todos. Champagne (1998) afirma que esta responsabilidade é inclusive da mídia, que é o campo que media as informações à sociedade, interferindo na forma como os indivíduos interpretam os acontecimentos. Thompson (1998) ainda ressalta que os meios de comunicação reelaboram o caráter simbólico da vida social, sendo assim pode ser uma forma de conscientização para a sociedade, para que esta reflita sobre certo tema, neste caso, o ambiental.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade História em Quadrinhos.

<sup>2</sup>Estudante do 3ºano do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: apessoa.al@gmail.com.

<sup>3</sup>Aluno líder do grupo e estudante do 3º ano do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: geysica.reis@gmail.com.

Estudante do 3º ano do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: karolmf22@yahoo.com.br.

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Unicentro. E-mail: everlyp@yahoo.com.br.

A água vem sendo alvo de preocupações constantes dentro do tema ambiental e, conseqüentemente, da mídia, sobretudo a especializada no assunto. Ela é tida como fonte de vida, porém pode se observar em diversos aspectos como esse bem tão essencial tem se tornado cada dia mais escasso e problemático no planeta em que vivemos. O informativo *Infoagua* pretende trazer à tona este tema, com informações, curiosidades e dicas para uma melhor forma de consumo. Por meio desse produto, pretende-se que o seu principal público-alvo, o infanto-juvenil, obtenha informação e se conscientize sobre o tema.

## **2 OBJETIVO**

O objetivo do Informativo *Infoagua* foi proporcionar informações, curiosidades e conscientização sobre temas regionais de forma descontraída, pois foi elaborado para ser distribuído em praças de alimentação, restaurantes ou lanchonetes onde, usualmente, há intensa circulação de pessoas e, portanto, pouco tempo para consumo de informação mais aprofundada. Além disso, foi idealizado para atrair também a atenção do público infantil, que geralmente acompanha os pais nesses locais. Dessa forma, foram concebidos personagens que, simultaneamente, conversam com o leitor e “narram” as informações.

Como mídia complementar ao jornal bandeja, elaborou-se uma página na internet, que objetiva também veicular informações pertinentes sobre o tema água, privilegiando a informação visual, já que o informativo não oferece espaço suficiente para muitas imagens. Além disto, é também um meio de interação com os leitores, já que estes poderão enviar imagens de paisagens que mostram rios, mar, lagos ou lagoas. Também objetiva ser um meio para denúncias de situações irregulares que envolvam a água na região.

Também foram elaborados *spots* de rádio como meio de divulgação do produto, principalmente da página da internet. Além do apelo à interatividade, são veiculadas dicas de consumo e curiosidades sobre a água. Eles também são um meio de tornar o produto viável economicamente, pois seria feita a publicidade dos locais onde o informativo circulará.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Constatou-se que, na região onde o produto foi idealizado para ser distribuído, não há materiais como esse, especializados no tema ambiental e, principalmente, com o enfoque

sobre a água. Além disso, o formato escolhido (jornal bandeja) também é uma novidade na cidade.

No projeto-piloto, o tema abordado foi água, procurando uma caracterização regional que pudesse despertar o interesse do leitor. Para isso, a linguagem procura um meio-termo entre a fácil compreensão e a não “infantilização” do público. Além disso, as pessoas estão nos seus horários de refeições, geralmente apressadas, por isso sugere-se a transmissão de informação de forma mais objetiva e “leve”.

Os personagens foram concebidos para uma identificação constante e para deixar as informações mais interessantes ao público-alvo. Além disso, poderão levar consigo o informativo, propiciando uma maior divulgação do conteúdo. Os bonecos (Aquamigos) foram deixados em preto e branco, para que essas crianças se interessassem em levar o material para a casa e colori-los. Trata-se de uma tentativa de aliar informação especializada e entretenimento.

Aliado ao jornal bandeja, o projeto ainda integra um produto digital que é utilizado para complementar informações e, principalmente, possibilitar um espaço para divulgação de imagens relacionadas ao tema principal. O objetivo é incentivar o público a enviar fotos relacionadas com o tema, seja para denúncias de questões irregulares sobre a água, seja para mostrar lugares bonitos (preferencialmente da região). Intenciona-se, assim, abrir um canal de interação com o público. Como no informativo não há muito espaço para colocar fotos, devido ao tamanho e pelo foco ser a informação escrita, a página na internet será importante, já que o tema possibilita investimento na produção visual.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O projeto foi idealizado como atividade da disciplina de Jornalismo Especializado, na temática ambiental. O objetivo foi idealizar um produto específico para um público peculiar – o infante-juvenil – que ainda representa um vasto campo a ser investido pela mídia. Assim, o principal objetivo foi aliar a informação e o entretenimento, na busca por conscientizar sobre o tema escolhido e, simultaneamente, chamar a atenção e fidelizar o público ao produto. Apesar de o jornal bandeja já ser produzido em grandes cidades, constatou-se que em Guarapuava não há restaurantes ou estabelecimentos do gênero que utilizem-se dessa forma de mídia.

O trabalho iniciou-se com uma visita técnica a Estação de Tratamento de Água em Guarapuava. Lá, o grupo percorreu o “caminho” que a água percorre, desde a captação até chegar à casa do consumidor.

A partir da pesquisa inicial, o desafio foi transformar informações complexas em textos curtos e atraentes, tanto em virtude do pouco espaço, quanto pela proposta do produto, que é veicular informações para um público que terá pouco tempo para “consumi-las” naquele local. As ilustrações e a própria narrativa não-linear auxiliam nesta dinâmica.

Os Aquamigos (bonecos) vieram pra trazer a dinamicidade e um diálogo direto, tornando mais informal as informações para que possam atingir também as crianças. Foi utilizada imagens base para o design dos bonecos e redesenhados no *software* CorelDraw. Optou-se por deixá-los em preto e branco, para que possa ser uma forma de entretenimento para as crianças, levando o informativo para colorir em casa. A mesma técnica foi utilizada para a ilustração (processo de tratamento da água).

A página na web vem como um complemento de informações e um meio de interação com os leitores. Como as imagens não teriam espaço no informativo impresso, buscamos a plataforma digital para isto. Sabemos que hoje a internet é o meio de comunicação mais utilizado pelas pessoas. As imagens vêm sempre acompanhadas de informações. No caso, do tratamento da água, cada imagem representa uma etapa e logo abaixo uma pequena explicação do que é realizado e como é realizado. Mas as imagens vêm também com o objetivo de trazer paisagens ou problemas relacionados com a água (preferencialmente da região). A plataforma escolhida foi a *Wix*, que é um site não pago e trás um espaço dinâmico e funcional.

No projeto piloto foi produzido quatro spots, que dão dicas de consumo e não estão relacionados diretamente com o assunto do produto impresso, que é o tratamento da água. O principal objetivo do spot é divulgar o endereço eletrônico.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O produto é um jornal bandeja denominado “Infoaqua”. O tema principal é água, com informação, dicas, curiosidades e problemas relacionados ao assunto em Guarapuava. Para maior dinamicidade, o projeto gráfico foi elaborado com ilustrações. Guaraldo (2006) afirma que “no percurso visual pela página impressa, a fotografia, o título da matéria e a

ilustração desempenham o importante papel de convite e condução do leitor ao texto verbal”.

Os bonecos (Aquamigos) objetivam simular uma conversa direta com o principal público-alvo, o infanto-juvenil. O produto enviado é o piloto de um projeto teria periodicidade mensal.

A página da web ([www.informativoinfoaqua.wix.com/infoaqua](http://www.informativoinfoaqua.wix.com/infoaqua)) tem como principal objetivo utilizar imagens como meio de informação. A página oferece três galerias. “Assunto do Mês”, onde são expostas imagens relacionadas com o assunto que o informativo impresso apresenta, as fotos são sempre acompanhadas de informações. A segunda galeria é “Paisagens”, onde são apresentados lugares bonitos disponibilizadas pelo grupo ou enviadas pelo público. Na galeria “Denúncias”, são apresentadas imagens de questões irregulares relacionadas à temática principal, sendo também enviada por nossos leitores ou denúncias que nós mesmos podemos fazer.

Com em média de 50 segundos de duração, os *spots* têm a intenção de fazer a divulgação do informativo também no rádio, principalmente estimulando ao ouvinte acessar e participar do conteúdo informativo complementar que está veiculado na página da internet. Como as pessoas poderão enviar as fotos para que sejam colocadas na página, é importante que o endereço seja divulgado. Além da divulgação, os *spots* também transmitem informações sobre a água, com curiosidades e dicas de consumo.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No informativo Infoaqua foram utilizados recursos da arte sequencial para tornar o produto mais atraente ao público escolhido, buscando referências no hibridismo contemporâneo das histórias em quadrinhos com a narrativa jornalística. Os recursos foram os personagens, balões de conversa e ilustrações, desta forma também as informações são construídas através de uma narrativa não-linear, com curiosidades e algumas informações nos balões de conversa dos bonecos *Aquamigos*, que são os personagens do nosso informativo. Os balões são recursos para transmitir fala, conversa e pensamento. Os balões têm a intenção de acrescentar “significado e de comunicar a característica do som à narrativa” (EISNER; 1995, p. 27). Ramos (2009), ainda explica que essa maneira de representar diálogos por balões, é uma adaptação do conteúdo indicado por travessões e aspas nos textos literários e jornalísticos. Usando deste recurso tivemos a intenção de estabelecer uma conversa direta com o leitor. Além disso, os bonecos intencionam criar

uma identificação direta com o público-alvo, sugerindo que o produto terá continuidade e periodicidade.

O tratamento de água, assunto do projeto-piloto, foi explicado por meio de uma ilustração acompanhada por legendas. Silva (2011) considera a legenda “prima” do balão e ressalta que esta representa o narrador onisciente. Foi com este sentido que utilizamos das legendas, para representar a narração das etapas de tratamento pelas quais a água passa até chegar às torneiras, dando dinamicidade à narrativa.

## REFERÊNCIAS

CHAMPGNE, Patrick. **Formar a opinião: o novo jogo político**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

EISNER, Will. **Quadrinhos e arte sequencial**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

GUARALDO, Laís. **A ilustração jornalística**. UNIrevista. Disponível em:  
< [http://www.unirevista.unisinos.br/\\_pdf/UNIrev\\_Guaraldo.pdf](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Guaraldo.pdf)>. Acesso em: 07 de abril de 2013.

RAMOS, Paulo. **História em quadrinhos: gênero ou hipergênero?**. São Paulo: Estudos Lingüísticos, 2009.

SILVA da, Vínicius Barbosa Pedreira. **A transformação das histórias em quadrinhos em gênero jornalístico híbrido: o Jornalismo em quadrinhos (JHQ)**. Biblioteca digital de monografias. Disponível em: <<http://bdm.bce.unb.br/handle>>. Acesso em: 10 de abril de 2013.

THOMPSON, John B. **A mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia**. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 1998.