



## JORNAL JORNAIA<sup>1</sup>

Ariovaldo Patrocínio de Miranda<sup>2</sup>

Vandréia de Paula Pereira Moraes<sup>3</sup>

Vânia Cristina Neves de Brito<sup>4</sup>

Lawrenberg Advíncula da Silva<sup>5</sup>

Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT

**Resumo:** *Jornaia* é um jornal impresso com uma visão diferenciada e regionalizada, que foi desenvolvido pelos alunos da disciplina de Planejamento Gráfico II, do sexto semestre de jornalismo da Unemat. O jornal impresso, com tamanho tablóide 28 x 38 cm, tem como principal proposta a veiculação de notícias do campus universitário e dos principais assuntos relacionados à região de Alto Araguaia, conhecida como “Mato Grosso goiano”. Esta proposta visualiza-se através do design inovador e didático adotado na concepção gráfica da capa e das páginas internas, assim como, na escolha dos temas, que são na maioria de interesse acadêmico e local. O jornal, que em seu nome faz alusão à abreviação do nome do Município de Alto Araguaia – aia –, está organizado em seis (6) editorias: Meio Ambiente, Política, Saúde, Educação, Cultura e Esporte & Lazer. Além disso, tiveram três artigos, uma reportagem perfil e o uso de infográfico.

**Palavras-Chave:** Jornal Impresso; Campus universitário; Alto Araguaia; Unemat.

### 1. INTRODUÇÃO

O jornal *Jornaia* surge, inicialmente, da necessidade de divulgação do curso de jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso. Os alunos do sexto semestre de jornalismo da disciplina de Planejamento Gráfico II, sob a orientação do professor Lawrenberg Silva, desenvolveram uma rigorosa pesquisa mercadológica antes da produção do jornal. Foram pesquisados jornais diários e quinzenais da região da cidade de Alto Araguaia, que possui uma população de aproximadamente 15 mil habitantes<sup>6</sup> e está localizada ao sudeste do estado de Mato Grosso, a 420 km da capital Cuiabá.

Durante o período de quinze dias, isso, no início do mês de setembro de 2010, os alunos realizaram um estudo de mercado, observando os projetos gráficos e editorias

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao Prêmio Expocom 2011, do XIII Congresso de Ciências da Comunicação da região Centro-Oeste – INTERCOM, na Categoria Jornalismo, Modalidade Jornal Impresso (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do projeto e estudante do 7º semestre do curso de jornalismo.

E-mail: meianoite\_mt@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 7º semestre do curso de jornalismo. E-mail: vandreiadepaula@hotmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 7º semestre do curso de jornalismo. E-mail: vania\_avant@hotmail.com

<sup>5</sup> Orientador do trabalho e professor do curso de jornalismo. E-mail: lawrenberg@gmail.com

<sup>6</sup> Fonte: IBGE-2010.



adotados pelos principais veículos impressos da região. Conforme o estudo, foram constatados a presença de três impressos locais, sendo um de circulação quinzenal e outro, trimestral: *o Jornal Folha do Araguaia, O Imparcial e o Notícia Agora*. Também foram verificados a circulação de jornais tanto de Cuiabá (A Gazeta) quanto de Goiânia (O popular), capital do estado de Goiás, devido ao posicionamento geográfico da cidade. Vale ressaltar que, apesar de ambos os jornais serem considerados de circulação diária, o jornal de Cuiabá não tem a mesma periodicidade em relação ao jornal de Goiânia, devido a problemas de logística.

No mesmo estudo de mercado foram apontados os pontos fortes e pontos fracos do jornalismo impresso da região. Entre os pontos fortes, destaca-se a boa aceitação do produto na praça, sobretudo, quando analisado a sua quantidade de pontos de venda. E entre os pontos fracos, identificou-se a concorrência com outras mídias e a falta de profissionalização no mercado local. Apesar da existência do curso de Jornalismo na região, que já formou três turmas, ainda se nota um elevado número de profissionais que desempenham o trabalho de forma “informal”.

Por fim, o estudo de mercado verificou o perfil do público e dos conteúdos dos impressos na região. Quanto ao público, notou-se que era constituído, em sua maioria, entre profissionais autônomos e servidores públicos. E quanto ao conteúdo, houve um predomínio das notícias factuais, sobretudo, as voltadas para Política e Esporte. Contudo, também há de citar o interesse do público por temas ligados ao Meio Ambiente, já que a cidade é cortada por um dos mais importantes rios do país: o rio Araguaia – pertencente à bacia hidrográfica do Araguaia-Tocantins.

Ciente dessas informações, os alunos de jornalismo realizaram um minucioso projeto gráfico e editorial de jornal, contemplando as necessidades do campus e da comunidade externa. A produção das reportagens foram feitas na primeira quinzena do mês de outubro de 2011, tendo como orientação editorial a veiculação de matérias voltadas para as potencialidades naturais da região, a realidade social do município e o cotidiano do campus universitário da Unemat.

É importante frisar que este jornal não pretende fazer um tipo de jornalismo comum nas assessorias de imprensa das empresas e organizações, também chamado de jornalismo institucional. Segundo a professora Margarida Kunsch (2003:165), trata-se de uma comunicação institucional que “*ênfatisa os aspectos relacionados com a missão, a visão, os valores e a filosofia da organização e contribui para o desenvolvimento do subsistema institucional, compreendido pela junção desses atributos*”.



Pelo contrário, a principal proposta do *Jornaia* é de fazer um jornalismo regional que se caracteriza pela atenção às necessidades e interesses da população local. Segundo Camponez (2002), o jornalismo regional torna-se responsável por verificar questões próximas, entre elas, problemas sociais, utilidades públicas e fiscalização do poder público. Trata-se de um jornalismo de proximidade, ao pensar o jornal impresso como um meio refratário da realidade econômica, política e cultural de uma determinada comunidade.

O *Jornaia* possui um total de doze páginas, com o tamanho tablóide de 28 cm x 38 cm e a gramatura em 50 g / m<sup>2</sup>. No seu design, privilegia-se o uso da cor verde e de suas variações, principalmente, na capa do impresso. O uso do verde, que tem como arcabouço teórico os trabalhos em psicodinâmica das cores de Modesto Farina, justifica-se pela grande potencial natural da região do Araguaia.

Do ponto de vista editorial, o jornal *Jornaia* organiza-se em seis (6) editorias: Meio Ambiente, Política, Saúde, Educação, Cultura e Esporte & Lazer. Além disso, tiveram a publicação de três artigos, que foram redigidos pelos alunos Ariovaldo Patrocínio de Miranda, Maria Aparecida Freitas, Vânia Cristina Neves, Vandréia de Paula (alunos do 6º semestre) e Cayron Henrique (aluno do 8º semestre); uma reportagem perfil do aluno e cantor Rodrigo Manzale e o uso de infográfico em uma matéria do caderno Saúde.

## **2. OBJETIVO**

Produzir um jornal impresso que visa retratar as potencialidades naturais da região, a realidade social do município de Alto Araguaia e o cotidiano do campus Universitário de Alto Araguaia;

Possibilitar um aprendizado teórico e prático aos alunos de jornalismo envolvidos no projeto gráfico e editorial do jornal impresso;

Fomentar uma consciência crítica sobre a realidade local nos alunos de jornalismo envolvidos no projeto, ao tratar de temas de interesse público do município.



### 3. JUSTIFICATIVA

O jornal impresso tem por função fazer o registro social dos acontecimentos, ao pautar a opinião pública dos principais temas discutidos na sociedade em geral. Trata-se, assim, do que os estudos em Jornalismo denominam de teoria da *Agenda Setting*. Conforme a teoria, a mídia age como uma agenda social ao determinar as pautas para a sociedade (McCOMBS & SHADOW, 1972).

Por ser uma mídia de boa aceitação na comunidade local e de uma produção e logística menos onerosa em relação às outras mídias, tais como rádio e televisão, o Jornal Impresso permite uma circulação de informação aos mais diferentes públicos. Na cidade de Alto Araguaia, este jornalismo tem grande influência ao saber que são cinco (5) marcas de jornal que estão presentes na sua praça: *Jornal A Gazeta*, *Notícia Agora*, *O Popular*, *O Imparcial* e *Folha do Araguaia*. Porém, todos esses periódicos ou são regionais e com uma circulação muito restrita ou trazem em seu bojo conteúdos que dificilmente atendem às demandas locais de estabelecimento de uma cultura de informação. Em outras palavras, o grande público, principalmente aqueles com menor poder aquisitivo, e das regiões mais afastadas do centro da cidade, dificilmente tem acesso as informações de utilidade pública. Do mesmo modo, a UNEMAT – Campus de Alto Araguaia conta hoje com diversos projetos extensionistas, eventos, cursos e outras atividades que dificilmente são usufruídas por esta população, justamente pelo fato da informação não chegar a essas pessoas.

### 4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A produção do jornal demandou um estudo de mercado na região para compreender o mercado de jornal impresso. Foram verificados cinco (5) marcas de jornal: *Jornal A Gazeta*, *Notícia Agora*, *O popular*, *O imparcial* e *Folha do Araguaia*.

A partir deste estudo mercadológico, a equipe desenvolveu o projeto gráfico do jornal. Para a capa, optamos por um design condizente com as belezas naturais da região, que abriga um dos mais importantes rios do país e está localizada no cerrado matogrossense. Neste sentido, justifica a nossa escolha por um design com a predominância da cor verde, remetendo o leitor a idéia de natureza e preservação ambiental, além da imagem de um produto novo e com visão diferenciada dos demais impressos locais. Além disso, o design evidencia a importância da fauna e flora locais, bem como o nome do



produto, que possui em seu nome a abreviação nominal do rio que batiza a cidade: o Araguaia (Aia).

Ainda em cima do projeto gráfico, a equipe estabeleceu as tipografias a serem utilizadas na composição do impresso, privilegiando uma tipologia mais tradicional ao adotar a fonte Palatino Linotype. Trata-se de uma fonte com serifa, assim como considerada de boa legibilidade.

Passamos então a discussão de projeto editorial, ao relacionar as pautas voltadas para o cotidiano da região e, mais especialmente, do campus universitário. A partir daí iniciou-se o processo de produção do impresso, através da distribuição de equipes para coleta, redação e edição das reportagens. Mais adiante, foi dado início a diagramação e à medida que os textos chegavam à redação, novas idéias surgiam para a capa do produto, como a chamada de capa sobre o rio Araguaia e sua importância para os que dele dependem, reforçando ainda mais a imagem regionalista do *Jornaia*. Vale lembrar que durante o processo de produção, reportagens, edição e diagramação deste produto foram envolvidos todos os alunos do sexto semestre.

O jornal teve um planejamento de longo prazo, pois de acordo com o jornalista Ricardo Noblat (2010:138) “*A pressa é a culpada, nas redações, pelo aniquilamento de muitas verdades, pela quantidade vergonhosa de pequenos e grandes erros que borram as páginas dos jornais e pela superficialidade de textos que desestimulam a reflexão. Apurar bem exige tempo. Escrever bem exige tempo. E não existe mais razão de jornal ser feito as pressas*”.

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

O jornal *Jornaia* teve um total de doze páginas, com o tamanho tablóide de 28 cm x 38 cm e a gramatura em 50 g / m<sup>2</sup>. No seu design, privilegia-se o uso da cor verde e de suas variações, principalmente, na capa do impresso. O uso do verde, que tem como arcabouço teórico os trabalhos em psicodinâmica das cores de Modesto Farina, justifica-se pela grande potencial natural da região do Araguaia.

Por ser um produto que visa retratar o seu contexto regional, foi desenvolvida uma identidade visual para o *Jornaia* com predominância da cor verde e suas tonalidades, por esta proporcionar ao leitor um visual leve e agradável aos olhos. Outro ponto que nos levou a utilização desta cor é o fato da região localizar-se geograficamente no cerrado brasileiro e



abrigar um dos mais importantes rios do país: o rio Araguaia. O nome *Jornaia* constitui uma aglutinação entre as palavras Jornal e abreviação de Araguaia (Aia), tudo isso para reforçar aos leitores a importância do rio e a preservação ambiental. De acordo com Massimo Canevacci:

O presente urbano, quer dizer, a atualização cotidiana do código urbano, abarca pois uma nova revisão das faixas significativas que constituíram os códigos passados bem como uma prospecção das novas faixas emergentes que apontam para os códigos futuros. (1997: 101)

Passada essa etapa, foi feita a escolha tipográfica. Para o título do impresso foi utilizado o *Arial*, uma fonte moderna e sem serifas da família lapidária, transmitindo aos leitores a idéia de produto novo, diferenciado. Nos textos, foi utilizada a fonte *Palatino Linotype*, uma fonte com serifas da família Romana Moderna (COLLARO, 1987), tornando os textos bem legíveis e mantendo assim o perfil de tipografia de um jornal impresso, porém com características da modernidade, reforçando a idéia de que o *Jornaia* é um produto jovem que está chegando no mercado, portanto, diferente dos outros que circulam na região.

Antes do processo de produção de notícias, foi elaborado ainda um cronograma de atividades, com o objetivo de programar as apurações e estabelecimento de prazos para a entrega dos textos das editorias. Foram seguidas várias técnicas de produção jornalística, apuração de dados, delimitação dos focos das matérias e redação jornalística e crítica. A partir daí, a equipe foi para as ruas atrás dos conteúdos, apuração dos fatos, realização de entrevistas, coleta de imagens, edição e revisão dos textos, e, por último, a fase de diagramação do produto, que teve duração de 15 (quinze) dias.

Após todo o processo, o *Jornaia* foi enviado à gráfica para impressão de mil cópias, retornando pronto uma semana após o envio. Para a distribuição do *Jornaia*, foi feito todo um esquema de entrega: produto foi exposto nos principais pontos de revenda dos demais impressos regionais, bem como nas prefeituras, câmaras municipais e demais órgãos públicos dos municípios de Alto Garças (Oeste), Araguainha e Ponte branca (Norte) Alto Taquari e Costa Rica - MS (Sul), e, por último, os municípios de Santa Rita do Araguaia, Portelândia e Mineiros, os três no estado de Goiás. O produto foi entregue nas cidades citadas através dos membros da equipe, sendo alguns deles residentes em uma dessas cidades (Alto Garças). Nos demais municípios, foram entregues por outros membros da equipe e colegas de faculdade de outros semestres que percorrem a região de Alto Araguaia,



seja a trabalho ou a passeio. Ressaltamos que o *Jornaia* é um jornal sem fins lucrativos por se tratar de um jornal-laboratório e “*a situação dos jornais-laboratório é diferente, já que as universidades não visam qualquer tipo de lucro comercial, embora visem a vantagens institucionais, principalmente melhoria na imagem*”. (LOPES, p.169)

## 5.1 Formato

O formato adotado pelo jornal *Jornaia* é o tablóide, com as dimensões 28 cm x 38 cm. O formato tablóide permite um fácil manuseio das páginas e uma disposição mais atraente para as notícias, o que possibilita um melhor modo de leitura. Segundo Collaro, este aspecto justifica-se porque:

Biologicamente, a vista humana tende sempre a caminhar, em um veículo impresso, de cima para baixo, e da esquerda para a direita; sendo assim, em um tablóide, classificamos o lado superior esquerdo como zona óptica primária – ZOP – da mancha e, conseqüentemente, a descida na diagonal as áreas de maior percepção visual. (2000:143)

## 5.2 Editorias

Do ponto de vista editorial, o jornal *Jornaia* organiza-se em seis (6) editorias:

**Meio Ambiente:** O objetivo desta editoria é mostrar as riquezas naturais e a importância do meio ambiente, sensibilizando os leitores para a importância da fauna e flora locais.

**Política:** Editoria responsável por apresentar os fatos que são destaque na política da região e o descaso das autoridades, sejam da esfera municipal, federal ou estadual.

**Saúde:** Editoria que trata de assuntos referentes a saúde local de Alto Araguaia e os cuidados que devemos ter dioturnamente para manter a saúde em dia.

**Educação:** Notícias relacionadas a área educacional na região, mostrando o que acontece neste setor.

**Cultura:** Tem como objetivo mostrar a cultura regional, divulgando os artistas da terra.

**Esporte & Lazer:** Apresenta a prática esportiva na região do Alto Araguaia e as opções de lazer disponíveis na região.

Além disso, tiveram a publicação de três artigos, que foram redigidos pelos alunos Ariovaldo Patrocínio de Miranda, Maria Aparecida Freitas, Vânia Cristina Neves, Vandréia



de Paula (alunos do 6º semestre) e Cayron Henrique (aluno do 8º semestre na época e, atualmente, professor no curso de jornalismo); uma reportagem perfil do aluno e cantor Rodrigo Manzale, bem como o uso de infográfico em uma matéria do caderno Saúde.

## 6. CONSIDERAÇÕES

*Jornaia* é um produto que chegou com uma nova proposta para Alto Araguaia e região: a de preencher uma lacuna que identificamos nos impressos locais: Há falta de notícias sobre o que acontece por aqui e, em certos casos, um comprometimento mais incisivo dos meios locais em prol das causas do município.

A idéia do jornal surgiu da vontade dos acadêmicos do então sexto semestre de Jornalismo, que até o presente momento não haviam tido um contato com a área de jornalismo impresso.

A experiência do jornal *Jornaia* valida um processo de aprendizado teórico, prático e social dos alunos de jornalismo, ao propiciar o contato com a rotina de uma redação e suas fases produtivas.

Procuramos, neste produto, fugir um pouco do padrão tradicional de jornalismo impresso, com uma linguagem gráfica diferenciada dos demais impressos pesquisados. No fim, o *Jornaia* é um jornal feito por acadêmicos do curso de Jornalismo da UNEMAT de Alto Araguaia para o povo da região. Acadêmicos estes que conhecem bem a realidade regional, pois de acordo com Dirceu Fernandes Lopes:

não basta, no entanto, publicar um jornal apenas para satisfazer a vaidade pessoal do aluno ou cumprir uma tarefa do professor. É fundamental que um jornal-laboratório seja dirigido a uma determinada comunidade para ter um público definido e ser um veículo com todas as características de um jornal profissional. Uma publicação que leve a comunidade a tomar consciência dos seus problemas e a organizar-se para resolvê-los. Dessa forma, o estudante de Jornalismo poderá ser realmente habilitado para o mercado de trabalho. (1989:16)





## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMPONEZ, C. **Jornalismo de proximidade** – Rituais de comunicação na imprensa regional. Coimbra: Minerva, 2002.

CANEVACCI, M. **A cidade polifônica**. Trad. Cecília Prada. 2. Ed. São Paulo. Studio Nobel, 1997.

CAVERSAN, L.; PRADO, M. **Introdução ao Jornalismo Diário**. Como Fazer Jornal Todos os Dias? 1a. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

COLLARO, A. C. **Projeto Gráfico: teoria e prática na diagramação**. São Paulo: Summus, 1987.

FARINA, M. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5. ed. São Paulo: Edgar Blucher, 2000.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LOPES, D. F. **Jornal-laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor**. São Paulo. Summus, 1989.

McCOMBS, M. E.; SHAW, D. L. **A evolução da pesquisa sobre o agendamento: vinte e cinco anos no mercado de idéias, 1993** In: TRAQUINA, Nelson. *O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Minerva, 2000.

\_\_\_\_\_. **A função do agendamento dos media, 1972** In: TRAQUINA, Nelson. *O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Minerva, 2000.

McCOMBS, M.; LLAMAS, J. P.; LOPEZ-ESCOBAR, E.; REY, F. **Candidate Images in Spanish Elections: second-level agenda-setting effects**. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol 74, n. 4, p. 703-717, winter. 1997.

McCOMBS, M.; LOPEZ-ESCOBAR, E.; LLAMAS, J. P. **Setting the agenda of attributes in the 1996 Spanish general election**. *Journal of Communication*, vol 50, n. 2, p. 77-92, spring. 2000.

NOBLAT, R. **A Arte de fazer um jornal diário**. 7. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

SODRÉ, N. W. **História da Imprensa no Brasil**. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUSA, J. P. **Elementos de Jornalismo Impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.