

COMUNICAÇÃO EM MOVIMENTO: O EXPRESSO, JORNAL-CARTAZ DOS USUÁRIOS DE TRANSPORTE COLETIVO DE VIÇOSA

COMMUNICATION ON THE MOVE: O EXPRESSO, THE NEWSPAPER-POSTER OF PUBLIC TRANSPORT USERS IN VIÇOSA

CORCINO, Marcela¹

MUCCI DANIEL, Laene²

RESUMO

Este artigo vem apresentar o projeto de extensão “Comunicação em movimento: O Expresso”, do departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa, que é produzido pelos alunos de jornalismo. Sendo disponibilizado mensalmente nos ônibus municipais da cidade e em formato de um cartaz, a apresentação gráfica é um diferencial. Para elaboração do jornal foram estabelecidas etapas, dentre as quais estão incluídas reuniões com os alunos voluntários (estudantes de diversos períodos do curso), pesquisas de opinião com os usuários de transporte coletivo e visitas aos bairros. Assim, o projeto alia as teorias do jornalismo com a prática jornalística, beneficiando alunos e comunidade em geral. O Expresso, por meio de um jornalismo comprometido com os interesses da comunidade, visa ao desenvolvimento social dos leitores e à valorização destes, trazendo suas histórias e experiências para o jornal.

PALAVRAS-CHAVE: Jornal do Ônibus. Jornal-cartaz. Jornalismo e entretenimento. Jornalismo e extensão.

ABSTRACT

This article aims to present the extension project “Communication on the move: O Expresso. It is carried out by Social Communication Department and by the academics of Journalism Course at Federal University of Viçosa. The newspaper is monthly distributed in municipal buses and also disposed in a large poster. It has different kind of graphic presentation. The newspaper preparation is done following predetermined phases, which include meetings with voluntary students (students from different period of the course), opinion researches which are obtained from public transport users, and visits to the neighborhoods. Thus, the project links journalism theories with journalistic practice, benefiting students and community. O Expresso aims, through a journalism committed with the interests of the community, to achieve the social development of the readers as well as their valorization, bringing their histories and experiences to the newspaper.

KEYWORDS – Newspaper of Bus. Newspaper Poster. Journalism and Entertainment. Journalism and Extension.

¹ Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, bolsista de extensão do Pibex com o projeto “Comunicação em movimento”. E-mail: marcela.corcino@ufv.br.

² Mestre em Extensão Rural, professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa e coordenadora do projeto “Comunicação em movimento O Expresso: jornal - cartaz dos usuários de transporte coletivo de Viçosa”. E-mail: laenemucci@gmail.com

INTRODUÇÃO

Em agosto de 2011, iniciou-se o projeto “Comunicação em movimento: *O Expresso*” que pretende produzir, mensalmente, um *jornal-cartaz* feito pelos alunos de jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, disponível para quem anda de ônibus na cidade. Esse projeto de extensão tem como objetivo principal propiciar aos usuários de ônibus municipais o contato com um jornal, feito para e com eles, e proporcionar aos alunos a vivência do fazer jornalístico, os aproximando da população da cidade e da região.

Produzido para um leitor preferencial (público-alvo), formado por passageiros, motoristas e trocadores dos ônibus municipais de Viçosa³, o Jornal *O Expresso* teve seu projeto editorial construído pelos alunos, levando em consideração as demandas, desejos e necessidades do seu público-alvo. Dessa forma, através da interatividade possibilitada por canais de comunicação – como aplicação periódica de questionários de pesquisa, números de telefone, e-mail e endereço para contato, caixas de sugestões dentro dos ônibus –, os leitores podem sugerir temas, criticar e comentar matérias, contribuindo ainda com a produção jornalística, através, por exemplo, de envio de sugestões de pautas, fotos, matérias, etc.

O jornal, entretanto, não atende – ou beneficia – somente seu público-alvo: quem anda de ônibus municipal. Pela sua metodologia participativa de trabalho, conduzida de modo a construir em conjunto o conhecer/fazer jornalístico, os alunos participam ativamente de cada etapa da produção do veículo de comunicação, sendo estimulados a levar a teoria das salas de aula para a vida prática. Assim, o projeto extensivo se coloca como uma passagem de transição do estudante para o futuro profissional.

EDUCAÇÃO E ENTRETENIMENTO

O Expresso pretende se diferenciar dos três jornais impressos feitos em Viçosa. Além de ser disponibilizado gratuitamente, será um jornal feito para e com o usuário de ônibus que será convidado, o tempo todo, a participar. Permanentemente, os alunos do projeto estarão em contato com quem anda de ônibus na cidade, para saber sua opinião, ouvir sua história, reportar sua vida. Dessa forma, é praticado, prioritariamente, o jornalismo interpretativo e opinativo⁴, prestando serviços e informações importantes. Para Rosa Nava, produzir textos jornalísticos por meio da interpretação pode

invocar no leitor impressões, efeitos, imagens e, até cheiros. Uma forma de tratamento da notícia que busca as palavras exatas, as palavras-imagens, conseguidas após uma busca permanente, uma pesquisa metódica, uma seleção rigorosa. Deve ser baseada na narração para recriar uma realidade. (NAVA, 1996, p.10).

Dentro da abrangente área da Informação, *O Expresso* escolhe cumprir as funções jornalísticas de educação e entretenimento, segundo Amaral (2001). Em concordância com o sociólogo Stoetzel que considera o ato de ler jornais como atividade prazerosa, Luiz Amaral (2001) considera a “recreação” como “a segunda função psicossocial da imprensa” (AMARAL, 2001, p. 21). Assim, o jornalismo a ser possibilitado por esse projeto de Extensão não pretende perder de vista sua função lúdica por entender que o usuário de ônibus, em sua maioria, está a caminho do trabalho ou da escola e pode usufruir de um

³ Estimado em cerca de 8.500 pessoas por dia, segundo Prof^o Tancredo Almada Cruz, diretor da ONG Census em Viçosa.

⁴ Segundo José Marques de Melo, o jornalismo opinativo tem seu discurso articulado na informação e na opinião, podendo ser apresentados na forma de Editorial, Comentário, Artigo, Coluna, Resenha, Coluna, Caricatura ou Charge. (2003).

meio de fuga às preocupações do cotidiano ou costumeiro, uma pausa no ramerrão, um preenchimento dos lazes como algo reparador do dispêndio de energias reclamado pela atividade vital de informar-se. (BELTRÃO, 1980, p.13).

Por meio de um trabalho que integra ação extensionista (de professores e alunos da universidade), exercício interdisciplinar e participação da comunidade, o projeto *Comunicação em Movimento* tem como diferencial a participação de alunos de períodos diferentes, o que propicia, além da troca de saberes, o aprendizado da diversidade de opiniões. Mais do que conviver, trabalhar com pessoas de pensamentos e desejos diferentes é algo com que os alunos vão se deparar em suas vidas profissionais. Para Sousa (2000), o projeto de extensão é uma forma de se articular a pesquisa e o ensino adquirido em ações aplicáveis na sociedade.

A universidade, através da extensão, influencia e também é influenciada pela comunidade, ou seja, possibilita uma troca de valores entre a universidade e o meio. A extensão universitária deve funcionar como uma via de duas mãos, em que a Universidade leva conhecimentos e/ou assistência à comunidade e também aprende com o saber dessas comunidades (SOUSA, 2000, s/p.).

JORNALISMO E INCLUSÃO SOCIAL

O jornal *O Expresso* tem o relevante papel de informar à comunidade o que é de interesse público. Além de atender aqueles que não têm fácil – e gratuito – acesso à informação jornalística, o jornal, pela sua apresentação gráfica – formato cartaz – em que imagens são destacadas, vai também atender 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* é produzido para impactar positivamente a comunidade dos usuários do transporte coletivo de Viçosa, promovendo sua Cultura e Educação de uma forma leve e prazerosa.

Esse projeto reforça a importância do jornalismo na difusão e ensino de informações, sendo essa área da comunicação um instrumento importante para o desenvolvimento da cidadania e da democracia. *O Expresso*, por meio de um jornalismo comprometido com os interesses da comunidade, visa ao desenvolvimento social dos leitores e a valorização destes, trazendo suas histórias e experiências para o jornal.

JORNALISMO CIDADÃO EM CARTAZ

O jornal *O Expresso* propõe 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. O projeto realiza um jornalismo ligado ao cidadão, sendo chamado de jornalismo cívico (TRAQUINA, 2001), também conhecido como jornalismo de serviço público ou comunitário.

Segundo Abreu, o jornalismo cidadão surgiu na década de 70 nos Estados Unidos e propunha uma nova forma de apresentar as notícias. Os jornalistas seriam os intérpretes,

abrindo espaço para os assuntos relacionados diretamente aos interesses dos cidadãos. Assim, esse modo de praticar jornalismo é

orientado para mobilizar, dar a palavra aos cidadãos comuns e aos responsáveis por associações e comunidades. Baseado na afirmação dos procedimentos democráticos, esse movimento considerava o confronto de opiniões o motor das escolhas e da deliberação na comunidade e apresentava o jornalista como animador dessa atividade. Esse movimento representava a democracia participativa, direta, que servia de referência nesse tipo de jornalismo. (ABREU, 2003, p.30).

A fim de chamar a atenção do usuário de ônibus, facilitar a leitura em tempo real durante o percurso e otimizar os custos de impressão, o jornal tem forma de um cartaz. Sinônimo de jornal mural, para muitos autores, o *jornal-cartaz* se diferencia desse pelo suporte usado. Como distingue Lock (2007), “o jornal mural é feito sobre a superfície do quadro de avisos propriamente dito, dependente, portanto desse suporte”, enquanto o jornal-cartaz pode ser afixado “em qualquer superfície, o que lhe dá muito mais facilidade de distribuição” (LOCK, 2007, p.2-3). Apesar da diferenciação de suportes, o jornal-cartaz, assim como 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 (FRANÇA, 1988).

Assim como o jornal mural que “para se tornar instrumento eficiente, deve ser bem programado e executado e merecer programação visual, devendo ainda contar com recursos gráficos, fotos e ilustrações” (FRANÇA, 1988, p. 116), o jornal-cartaz também 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 seis 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).

É o projeto gráfico que define o *layout* do jornal – entendido como estilo de paginação, estrutura da página, modo de arranjo entre texto/imagem (SANT’ANNA, 2009) –, a começar pela capa. A capa é o primeiro contato do leitor com o jornal. Nas décadas de 1980 e 1990, alguns jornais brasileiros, tais como o *Jornal da Tarde* e *O Correio Braziliense*, adotaram e consolidaram o conceito de capa-cartaz (ou capa pôster) na diagramação de seus *lay-outs* (FERREIRA JÚNIOR, 2002), em que a primeira página, diagramada como um pôster ou cartaz, pretende chamar e prender a atenção do leitor.

A página-cartaz elabora um texto visual extremamente rico e, ao mesmo tempo, com um grau de fluência semântica enorme, semelhante a qualquer expressão verbal. (FERREIRA JÚNIOR, 2002, p. 105).

Nessa perspectiva conceitual, o jornal-cartaz pretende se aproximar do *layout* da capa-cartaz, 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* precisa conduzir um diálogo eficiente entre o conteúdo jornalístico e a imagem comunicacional.

METODOLOGIA

A heterogeneidade do grupo de trabalho foi também um objetivo desde o início, a fim de marcar o caráter participativo do projeto, à luz de Paulo Freire, em que as individualidades são respeitadas e as diferenças de opinião consideradas. Desde o início, entretanto, entendia-se que o formato participativo propiciaria a construção do aprendizado para além da teoria jornalística. Além da assimilação da teoria na prática e do fazer jornalístico, estariam todos aprendendo a conviver, profissionalmente, com a diversidade de desejos e opiniões, num cenário próximo ao que todo futuro jornalista encontra no mercado de trabalho.

Segundo Freire, o processo educacional se dá pela troca de saberes, uma educação baseada no diálogo em que todos participam ativamente do aprendizado. Freire afirma que “através do diálogo se dá a verdadeira comunicação onde os interlocutores são ativos e iguais”, participando dos processos de aprendizado (FREIRE, 2001). A identificação com a educação participativa freireana fez com que a metodologia do diálogo fosse

mantida para depois ter sua eficiência investigada em um grupo heterogêneo de 20 alunos, divididos entre calouros do segundo período e veteranos do quarto e sexto.

O trabalho tem se desenvolvido em grupo por meio de reuniões semanais dirigidas pela coordenadora do projeto, as quais são obrigatórias para todos os voluntários. Nas primeiras reuniões, foi necessário definir as principais ações para o desenvolvimento do jornal, como: traçar o perfil do público-alvo a partir de pesquisas de opinião e do método de observação participativa por meio de um roteiro de viagens em escala de rodízio entre os participantes do projeto.

Por se inserir na grande e complexa área da Comunicação, esse projeto apresenta-se como multidisciplinar em que ações de Jornalismo dialogam com as áreas da Publicidade, Relações Públicas e Marketing. Para atender a essa multidisciplinaridade, o grupo foi dividido em equipes. A de marketing é responsável pelas ações relacionadas ao conhecimento e interação com público-alvo, tais como pesquisas, promoções, divulgação; a equipe de arte cuida do projeto gráfico, criação de logomarca e campanhas de divulgação, ilustração, infográfico, diagramação do jornal. Na parte jornalística existe a equipe de fotografia e redação onde são produzidas as pautas, reportagens, entrevistas, apuração, redação das matérias e fotos. Para produção científica, foi montada a equipe de pesquisa responsável pela revisão bibliográfica dos conceitos que fundamentam o projeto: redação de artigos científicos, relatórios e apresentação do projeto em eventos.

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).

Desde o início, a proposta é levar aos leitores um jornal que se identifique com eles (o público-alvo), com 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. Nessa pesquisa, foi possível traçar um perfil mais completo do usuário de ônibus, além da colaboração do público-alvo na escolha do nome para o jornal *O Expresso*.

A pesquisa é uma ferramenta importante para a construção do jornal. A partir da aplicação do primeiro questionário⁵, que contou com 78 entrevistados escolhidos aleatoriamente em pontos de ônibus variados da cidade, foi possível analisar o perfil do público em três áreas: identificação dos usuários, hábitos de leitura e opinião. A primeira área da pesquisa identificou nome, gênero, faixa etária e ocupação profissional. As questões da segunda área, sobre o hábito de leitura, investigaram o quanto e o quê os usuários leem. A terceira área buscou especificar informações sobre o conteúdo preferido pelos leitores, para subsidiar os estudantes na definição de assuntos para as matérias.

⁵ A pesquisa também contou com um mapeamento dos bairros onde o público-alvo reside e as linhas de ônibus mais usadas.

Tabela 1: Assuntos sugeridos para pauta

Temas sugeridos	Educação		Saúde		Cultura		Entretenimento		Bem estar		Política		Esporte		Polícia	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
		26	33,33	26	33,33	22	28,20	14	17,94	14	17,94	8	10,25	13	16,66	5
Número total/Base	78	100	78	100	78	100	78	100	78	100	78	100	78	100	78	100

Fonte: DADOS DA PESQUISA, 2011.

Conforme o tabela 1, verifica-se que 33,33 % gostariam que os assuntos Educação e Saúde fossem retratados no jornal; é importante explicar que segundo os entrevistados, o tema educação refere-se à relação entre pais e filhos, já o tema saúde se relaciona à melhoria da qualidade de vida. Os temas Cultura, Política e Esporte foram citados por 28,20%, 10,25% e 16,66%, respectivamente, sendo que o tema cultura se diz a respeito à programação cultural da cidade.

O perfil do público-alvo do jornal foi traçado, as pautas foram definidas e a produção de matérias, entrevistas e fotos se iniciou. Enquanto a primeira edição era preparada, antes do seu lançamento, seria veiculada, em novembro/2011, a campanha de divulgação do jornal, através da criação e afixação de cartazes dentro do ônibus. Em dezembro de 2011, foi lançada uma edição teste do jornal *O Expresso*, conforme mostra a figura 1, 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. Na edição teste, foram impressos 50 exemplares, sendo 40 afixados nos ônibus e os outros 10 em pontos de ônibus e locais estratégicos da cidade. O tempo de circulação durou cerca de 30 dias.

Figura 1: O Expresso – Edição Teste

Fonte: DADOS DO PROJETO, 2011.

A partir da primeira edição, em março de 2012, o projeto gráfico do Expresso foi estabelecido. Sendo produzido em formato de um cartaz de 37 cm de largura e 41,5 cm de altura, foi necessário padronizar o tamanho das matérias, já que elas têm de 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.

O EXPRESSO
JORNAL PARA QUEM ANDA DE ÔNIBUSIANO 11 Nº 1 VIÇOSA - MG

Este jornal é feito por alunos de Jornalismo da UFV, para quem anda de ônibus. "No Balanço do Buzão", você fica sabendo das coisas e se distrai. GOSTOU? EM MARÇO TEM MAIS!

A cidade Flutuante Flutuando em Meu espaço abrigando essa gente toda de uma outra terra
Júlio Ferreira

A paulista da Nova Viçosa transmite simpatia e tradição

Seu Ermínio, um dos primeiros moradores da Nova Viçosa chegou ao bairro na década de 70, quando ainda não havia água encanada. A mine em sua chácara era a única fonte disponível.

Novela Cap. 1 – Ser motorista dá orgulho demais, só!

Acordar com o cheiro bom do cafézinho da mãe era o melhor despertador para Venício. Logo às 5 da manhã, ele já se levantava e começava a se apressar para o trabalho. Ser motorista era coisa que o enchia de orgulho. Gostava de levar tanta gente de um lugar a outro. Cada um com suas obrigações, todo mundo sempre correndo, mas um espaço para o "bom dia", o "muito obrigado" e o "boa viagem" sempre cabiam. Venício ia de bicicleta para a viação de ônibus onde trabalhava; assim acabava fazendo um exercício físico. Lá, revisava um tim por tim do ônibus artes de sair: olhava pneus, conferia motor, lataria e tudo mais que tivesse direito. Tinha um carinho enorme pela profissão – nada o desanimava. Quando dava a largada, sabia que começava assim mais um dia de bastante movimento. Sobre um, desce outro, em pontos e mais pontos, hora contada para sair de um bairro até o outro – essa vida de motorista não era moleza, mas ele gostava. E isso porque Venício ainda não sabia o que as próximas paradas guardavam como surpresa pra ele.

No Balanço do Buzão

Se você sempre teve vontade de aprender a fazer artesanato e participar de um curso, venha conhecer o projeto "Arte no Pica-deiro". A ONG Humanizarte, com muita diversão, leva arte e educação para formação das pessoas.

Vai, vai, vai começar a brincadeira
Júlio Ferreira, coordenador do projeto, convidou crianças e jovens de 7 a 17 anos, que estudem em escola pública, a participar das aulas que envolvem palhaços, pema de pau, acrobacias e muito mais... A inscrição é gratuita e as aulas acontecem nas Escolas Etílo Rolfs e Almirante Paraiso (Bairro Paraiso) e no Pavilhão de Ginástica na UFV.

Para mais informações Ligue 3891-5318

Neste Natal
o Cadu, a Bibi e o Tuzo
querem um novo lar de presente!
Adote um bichinho de estimação!

De graça na praça e em outros lugares

DATA	HORARIO	LOCAL	TITULO	PROGRAMAÇÃO CULTURAL - Dezembro
11/12/2011	20h	Coza-Viola	Teatro	Teatro de rua
14/12/2011	SPDOD	Calçada AFEC	Síntese Cultural	Exposição
15/12/2011	19h	Estação de São	Conceito Cultural	Exposição
16/12/2011	19h	Parque	Parque Cultural	Exposição
22/12/2011	19h	Parque	Parque Cultural	Exposição



Figura 2: O Expresso – 1ª Edição
 Fonte: DADOS DO PROJETO, 2012.



Figura 3: O Expresso – 2ª Edição
 Fonte: DADOS DO PROJETO, 2012.

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, programação cultural, 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.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo tendo sido lançado nessa época tumultuada das festas de fim de ano, o grupo resolveu aplicar questionários de pesquisa, a fim de iniciar os estudos de recepção para responder importantes questões, tais como: o jornal está sendo notado e chama a atenção dos usuários de forma legível e atrativa? Quais matérias são as preferidas? E o que precisa melhorar? Algumas deficiências, entretanto, já foram identificadas pelo grupo de pesquisa e extensão. Foi preciso adequar o corpo das fontes, o formato da tirinha, os contrastes de cor, o tamanho das matérias. Além disso, a distribuição dos jornais está sendo melhor supervisionada por membros do grupo, para que cada veículo (ônibus) que roda pela cidade tenha, pelo menos, um *jornal-cartaz* colado em local adequado.

O projeto Comunicação em Movimento retornou 2012 e está em sua quarta 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, como o poema, que permite aos usuários o contato com algo não muito comum em seu dia a dia.

Nesses quatro 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.

O projeto Comunicação em Movimento pretende continuar respeitando e alcançar a heterogeneidade do seu público-alvo (crianças, adulto, idosos, donas de casa, estudantes, trabalhadores, etc.), através da abertura de canais de comunicação (caixas de sugestões, celular, e-mail) e do uso de recursos do jornalismo, tais como infográficos, foto-legenda, charges, entre outros. *O Expresso* pretende incentivar quem anda de ônibus à leitura, reflexão e participação social.



REFERENCIAS

AMARAL, Luiz. **Técnica de jornal e periódico**. Rio de Janeiro, 2001.

ABREU, Alzira Alves de. **Jornalismo cidadão**. In: Revista Estudos Históricos, n.31, Rio de Janeiro, 2003. p.25-40. Disponível em < <http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/339.pdf>> Acesso em 10/03/2012.

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

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

FERREIRA JUNIOR. **Capas de jornal. A primeira imagem e o espaço gráfico visual**. São Paulo: SENAC, 2003.

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.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/comunicacaodirigida/0059.html>> Acesso em 09/03/2012.

FREIRE, Paulo. **Educação e Mudança**. 24a Ed. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2001.

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=f>> Acesso em 10/03/2012.

MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3. Ed. Campos de Jordão, RJ: Editora Mantiqueira, 2003.

NAVA, Rosa Maria Ferreira Dales. **Saber para continuar: a história do Departamento de Pesquisa e Documentação do Jornal do Brasil e a implantação pioneira do jornalismo interpretativo no país**. 1996. 132 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 1996.

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 10/03/2012.

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

SOUSA, Ana Luiza Lima. **A história da extensão universitária**. 1. Ed. Campinas: Ed. Alínea, 2000. 138 p.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo : Editora UNISINOS, 2001.

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 08/03/2012.

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

