

Comunicação em movimento: O Expresso: jornal-cartaz dos usuários de transporte coletivo de Viçosa

Communication in movement: The Express: newspaper-poster of public transportation users in Viçosa

Laene Mucci Daniel¹
Marcela Corcino de Souza²

RESUMO: Este artigo é um relato de experiência do projeto de extensão “Comunicação em movimento”, do departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa. Objetiva-se discutir sua metodologia à luz de Paulo Freire, relatar resultados e apontar próximas ações. Pela metodologia participativa, o projeto adquire também um caráter de ensino e pesquisa. Além da assimilação prática e da técnica jornalística, estão todos aprendendo a conviver com a diversidade de desejos e opiniões, num cenário mais próximo da realidade profissional de jornalistas.

ABSTRACT: This paper is an experience report of the extension project “Communication in movement” from Department of Social Communication of the Federal University of Viçosa. It is aimed to discuss the methodology of this project based on the ideas of Paulo Freire, relate the results and indicate the next steps. Through the participatory methodology, the extension project obtains a teaching and researching feature. Besides the practical assimilation and the journalistic technique, everybody is learning to live with the diversity of opinions and desires in a scenery closer to the reality of professional journalists.

PALAVRAS-CHAVE: Jornal do ônibus. Comunicação e extensão. Educação participativa.

KEYWORDS: Bus journal. Communication and extension. Participatory education.

I. UM JORNAL PARA QUEM ANDA DE ÔNIBUS

Este artigo vem apresentar e discutir a metodologia e os resultados do projeto “Comunicação em movimento *O Expresso*: jornal-cartaz dos usuários de trans-

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

2 Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, bolsista de extensão do Pibex. Email: marcela.corcino@ufv.br

porte coletivo de Viçosa”, aprovado pelo Programa Institucional de Bolsas de Extensão Universitária – Pibex, da Universidade Federal de Viçosa, UFV, e que, desde agosto de 2011 vem cumprindo com o propósito de elaboração de um jornal mensal veiculado nos ônibus municipais de Viçosa. O projeto, registrado sob o número PRJ 199/2011, na pró-reitoria de extensão e cultura da Universidade Federal de Viçosa, é coordenado por professora do Departamento de Comunicação Social e conta, além da aluna bolsista do Pibex, com um grupo de 20 voluntários, alunos de diversos períodos do curso de Jornalismo.

2. JORNALISMO E ENTRETENIMENTO

A proposta do projeto *Comunicação em Movimento* é disponibilizar um jornal mensal voltado para os usuários de ônibus, muitos deles, moradores de bairros periféricos, carentes de informação. O *Expresso* pretende se diferenciar dos três jornais impressos feitos em Viçosa. Além de ser disponibilizado gratuitamente, O *Expresso* tem sido 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. Praticando, prioritariamente, o jornalismo interpretativo e opinativo, prestando serviços e informações importantes, O *Expresso* almeja ser a cara do usuário de ônibus. Dentro da abrangente área da Informação, o grupo escolheu cumprir as funções jornalísticas de educação e entretenimento, segundo Amaral (2001). Em concordância com o sociólogo Stoetzel, que considera o ato de ler jornais atividade prazerosa, Luiz Amaral (2001) considera a “recreação” “a segunda função psicossocial da imprensa” (AMARAL, 2001, p. 21). Desta forma, 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 um

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

3. 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 as 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* será 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 à valorização deles, trazendo suas histórias e experiências para o jornal.

4. JORNALISMO E EDUCAÇÃO PARTICIPATIVA

O objetivo geral do projeto da Comunicação Social é propiciar aos alunos de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da UFV 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, em que os usuários são o público-alvo. *O Expresso*, portanto, possibilita a prática de conceitos vistos em sala de aula, relacionada a jornalismo informativo, jornalismo interpretativo, jornalismo opinativo e editoração gráfica e permite que os estudantes de jornalismo pesquisem, discutam e entendam a potencialidade de um jornalismo comprometido com os interesses da população (cidadania e democracia). Assim, por esse meio impresso, os alunos assimilam as etapas práticas da sua produção jornalística, além de se aproximarem da comunidade viçosense.

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, 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. Inicialmente, o grupo mostrou-se inseguro, desacostumado com este tipo de aprendizado, como demonstrado na fala de um dos participantes: “professora, é muita democracia, acho que algumas coisas deveriam ser impostas”. Após a terceira reunião, que sempre acontecia às 13 horas das sextas-feiras, os integrantes se mostraram mais confortáveis e confiantes, compreendendo o método de trabalho, discutindo e participando mais. Além das reuniões, todos participavam, ao longo da semana, nas redes sociais, através de e-mail exclusivo e grupo na rede social Facebook.

O caráter participativo do projeto alcança também o leitor preferencial

(público-alvo), estimado em 8.500 pessoas por dia, segundo o professor Tancredo Almada Cruz, diretor da ONG *Census*, formado por passageiros, motoristas e trocadores dos ônibus municipais de Viçosa. O jornal tem 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, tais como aplicação periódica de questionários de pesquisa, números de telefone, e-mail e endereço para contato, caixas de sugestões dentro dos ônibus, os leitores poderão sugerir temas, criticar e comentar matérias, contribuindo ainda com a produção jornalística, através, por exemplo, do envio de sugestões de pautas, fotos, matérias etc. Assim, pela sua metodologia participativa de trabalho, considerando e beneficiando seu público-alvo, quem anda de ônibus, e construindo, em conjunto com os alunos, cada etapa da produção do veículo de comunicação, o projeto de extensão adquire também um caráter de ensino e pesquisa.

O trabalho tem se desenvolvido em equipe. Reuniões semanais dirigidas pela coordenadora do projeto são obrigatórias para todos os envolvidos. Todos os alunos do curso foram convidados e os interessados preencheram um questionário e termo de compromisso, Quadro I, em que informavam o porquê de desejarem estar no projeto e as áreas específicas de interesse. A seleção tem sido feita, ao longo do trabalho, pelos critérios “interesse, presença/participação. Isto quer dizer que a presença a todas as reuniões tem sido obrigatória e a falta, sem motivo justo e justificado, implica desligamento do projeto. Nas primeiras reuniões do grupo, em agosto/2011, foram definidos: lista tríade de nomes para o jornal que posteriormente foram submetidos à escolha pelo público-alvo; questionário de pesquisa para contato inicial e conhecimento do público-alvo; e observação participativa por meio de um roteiro de viagens em escala de rodízio entre as equipes e nomeação das equipes multidisciplinares de trabalho.

5. JORNALISMO E MULTIDISCIPLINARIDADE

Por se inserir na grande e complexa área da comunicação, o projeto “Comunicação em movimento *O Expresso*: jornal- cartaz dos usuários de transporte coletivo de Viçosa” apresenta-se como multidisciplinar em que ações de jornalismo dialogam com ações de publicidade, relações públicas e marketing. Para atender a essa multidisciplinaridade, o grupo foi dividido em equipes: equipe de marketing, responsável pelas ações relacionadas ao conhecimento e interação com público-alvo, tais como pesquisas, promoções, divulgação; equipe de arte, responsável pelas ações relacionadas a projeto gráfico, criação de logomarca e campanhas de divulgação, ilustração, infográfico, diagramação do jornal; equipe de fotografia, responsável pelo fotojornalismo; equipe de redação, responsável pela produção de pautas, reportagens, entrevistas, apuração e redação de matérias; equipe de produção gráfica, responsável pelos orçamentos junto a fornecedores, revisão das artes finais e pré-produção; e equipe de pesquisa, responsável pela redação e publicação de artigos científicos e apresentação do trabalho em congressos, simpósios etc.

Quadro I: questionário de pesquisa I junto ao público-alvo

Nome:	Período no Curso:
Data de aniversário:	Signo Astrológico:
Mail:	Tel/ Cel:

Faz Estágio/possui bolsa (informe onde e carga horária):
Qual seu interesse no projeto:
Área de interesse: (enumere em ordem crescente, de acordo com seu grau de preferência).

..... Redação Foto Ilustração
..... Diagramação MKT (Pesquisa) Pauta
..... Distribuição		

Tenho interesse em participar do projeto de Extensão, coordenado pela prof^a Laene Mucci, com previsão inicial de 6 meses, que trata da idealização, redação, edição e produção de um jornal – ônibus, o “Buzu News” (título provisório), a ser “distribuído” nos ônibus municipais, cujo público-alvo é o usuário (passageiros, motorista e também trocador) desse meio de transporte.

Estou ciente de que, nesse prazo mínimo estabelecido, serei remunerado (a) pelo prazer de participar do projeto e possibilidade de apreensão e troca de conhecimento.

Data:
Assinatura:

Fonte: Dados da pesquisa (2011).

As equipes, formadas a partir do desenvolvimento de habilidades que abrangem as três áreas da Comunicação Social – Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas – têm desenvolvido ações que compreendem as etapas da produção técnica e científica. Dentro da produção técnica, ocorrem as etapas: pesquisa de opinião, que compreende a elaboração, aplicação e tabulação de questionários; reuniões de *briefing*, *brainstorm* e criação de peças gráficas de acordo com os princípios básicos do *design*; assessoria de imprensa, que envolve a redação de *realeses* e o relacionamento com a imprensa de Viçosa; reuniões de pauta que debatam assuntos relacionados e indicados pelo público leitor; produção apuração, redação, edição e revisão de matérias; produção de fotografias; e diagramação, finalização, revisão, impressão e disponibilização dos jornais. A produção científica compreende as etapas de revisão bibliográfica dos conceitos que fundamentam este projeto; redação de artigos científicos; redação de relatórios a partir dos resultados obtidos no processo de produção do jornal; e de apresentação do projeto em eventos científicos.

A fim de cumprir todas as etapas, quarenta e quatro reuniões estão previstas até o final do projeto, em dezembro deste ano. Desde agosto, as

reuniões têm acontecido, semanalmente, sempre às 13 horas da sexta-feira, no laboratório da comunicação, Labcom, do curso de jornalismo. Todas as reuniões ficam registradas em ata que, posteriormente, é enviada ao mail do grupo. Nas primeiras reuniões de 2011, o grupo definiu a forma de distribuição e periodicidade; elaborou aspectos estéticos, gráficos e linguísticos do jornal; formou uma lista tríade de nomes para o jornal, base para a escolha do nome definitivo pelo público, e se dividiu em equipes a fim de facilitar o cumprimento das tarefas e agilizar o processo de produção do primeiro número do jornal-cartaz *O Expresso*.

6. O JORNAL-CARTAZ E SEUS FUNDAMENTOS

O projeto de extensão *Comunicação em Movimento* propõe uma produção alternativa da forma convencional de se fazer um jornal, principalmente, por tentar se aproximar ao máximo da realidade dos usuários dos ônibus municipais, realizando um jornalismo ligado ao cidadão, sendo chamado de jornalismo cívico (TRAQUINA, 2001), também conhecido como jornalismo de serviço público ou comunitário.

Produzir um jornal a partir de uma lógica extensionista é trabalhar em via dupla, ou seja, sob a perspectiva freireana da comunicação horizontal, em que todos participam (FREIRE, 1977). Além de assumir a função de veicular a informação, ao retratar, reportar e representar a realidade de quem anda – e necessita – de ônibus pela cidade, esse projeto se configura como construtor dessa realidade, adquirindo, dessa forma, função educativa e social.

Segundo Matos (2000), o jornalismo tem que levar em conta a necessidade de pensarmos em uma comunicação pública, para que esse meio consiga legitimar o interesse público. “Uma prática que possa contribuir para identificar a utilidade pública, alimentar o conhecimento cívico, (...) e garantir o debate público” (MATOS, 2000).

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 terá a forma de um cartaz. Sinônimo de jornal mural, para muitos autores, o jornal-cartaz se diferencia dele 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 fixado “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 são um instrumento dinâmico e imediato, a baixo custo, e devem dispor de planejamento prévio, programação visual e ainda contar com recursos gráficos, como fotos e ilustrações. (FRANÇA, 1988).

Assim como o jornal mural, “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 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 e harmonia (SANT’ANNA, 2009).

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, cumprindo pontuais objetivos.

7. JORNALISMO, DIÁLOGOS E RESULTADOS

Para a efetivação do diálogo, desde o início a proposta tem sido levar aos leitores um jornal que se identifique com eles (o público-alvo), com o ambiente (interior do veículo) e com o tempo (veículo em movimento) em que vai ser lido. Por isso, antes da primeira edição, os usuários foram ouvidos pela aplicação de um questionário de pesquisa, Quadro 2, 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. 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*.

Segundo Dornelles (2007), para que ocorra efetivamente a participação popular é necessário ter dispositivos que aproximem os grupos, assim as pesquisas aplicadas no decorrer do projeto se tornam uma importante ferramenta para a construção do jornal.

A partir da aplicação do primeiro questionário, Quadro 2, aplicado em 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 que 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. A pesquisa também contou com um mapeamento dos bairros onde o público-alvo reside e anotou as linhas de ônibus mais usadas.

Quadro 2: Questionário da pesquisa I

Pesquisa I	Data:/...../.....	Pesquisador:
I. IDENTIFICAÇÃO:		
Nome:		E-mail:
Tels:	Bairro/cidade:	Linha de ônibus que mais usa:
Frequência com que usa ônibus:	A. () diária	B. () semanal
	C. () mensal	D. () de vez em quando
II. FAIXA ETÁRIA:		
A. () até 15 anos	B. () 16 a 25 anos	C. () 26 a 35 anos
D. () 36 a 49 anos	E. () a partir de 50 anos	
III. HÁBITO DE LEITURA. Gosta de ler? () Não. () Sim. O quê?		
A. () revista:	
B. () jornal:	
C. () livro: (gênero preferido)	
D. () Internet (site + acessado)	
IV. OCUPAÇÃO PROFISSIONAL. Estuda e/ou trabalha em quê?		
.....		
V. LAZER. Quando não está trabalhando, o que mais gosta de fazer?		
.....		
VI. JORNAL/CONTEÚDO. O que gostaria de ver no jornal?		
A. () Bem-estar:	
B. () Cultura	
C. () Educação	
D. () Entretenimento	
E. () Esporte	
F. () Política	
G. () Polícia	
H. () Saúde	
VII. JORNAL/NOME. Escolha um destes nomes para o jornal que vai circular no ônibus		
A. () O Expresso	B. () No balanço do Busão	C. () BuzuNews

Fonte: Dados da pesquisa (2011).

Entre os entrevistados, conforme verifica-se na Tabela 1, 64,10% eram do gênero feminino (50 mulheres) e 35,8% do gênero masculino (28 homens). Desse universo, 14,10% moram no bairro Nova Viçosa, 8,97% residem nos bairros do Santo Antônio e Bom Jesus 6,41%. São dos bairros Amoras e Barrinha.

Conforme a Tabela 2, verifica-se que 33,33% gostariam que os assuntos Educação e Saúde fossem retratados no jornal, sendo importante explicar que, segundo os entrevistados, o tema educação refere-se à relação entre pais e filhos, e saúde relaciona-se à melhora da qualidade de vida. Já os temas Cultura, Política e Esporte foram citados por 28,20%, 10,25%, e 16,66%, respectivamente.

te, sendo que o tema cultura diz a respeito à programação cultural da cidade.

Tabela 1: Identificação de gênero e mapeamento de bairros

Gênero/ Bairro	Mulher		Homem		Nova Viçosa		Santo Antônio		Bom Jesus		Amoras		Centro	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
	50	64,1	28	35,8	11	14,1	7	8,97	7	8,97	5	6,41	5	6,41
Número total/Base	78	100	78	100	78	100	78	100	78	100	78	100	78	100

Fonte: Dados da pesquisa (2011).

Tabela 2: 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	6,41
Número total/Base	78	100	78	100	78	100	78	100	78	100	78	100	78	100	78	100

Fonte: Dados da pesquisa (2011).

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. Depois do resultado da eleição do nome para o jornal e diante da expectativa formada pelos entrevistados, o grupo de trabalho decidiu que, 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 fixação de cartazes dentro do ônibus. Em 1º de dezembro de 2011, foi lançada uma edição teste do jornal *O Expresso*, 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 entregues à empresa de Transporte Coletivo, que se responsabilizou pela sua fixação, e dez foram fixados pelos alunos do projeto em pontos de ônibus e locais estratégicos da cidade. O tempo de circulação durou cerca de cerca de 30 dias e alguns veículos extras adicionados à frota para atender à demanda crescente da época do Natal e fim de ano não carregaram o jornal. Outros carros circularam com 3 cartazes: jornal empresarial, cartaz de divulgação (*Vem aí O Expresso: jornal, Aguarde*) e o jornal *O Expresso*, dificultando a construção da identidade do jornal desse projeto.

Em meio ao início das férias letivas, quando a maioria dos voluntários do projeto já havia viajado, ao trânsito mais intenso das festas de Natal, um se-

Figura 1: O Expresso, edição teste.



Fonte: Arquivo do projeto (2011).

gundo questionário foi aplicado. Apesar dos poucos entrevistados, pois foram aplicados somente 25 questionários, como efeito de fidelidade metodológica, vale observar alguns pontos verificados.

A pesquisa apontou que muitos dos usuários não deram atenção ao jornal por acharem que ele era o mesmo produzido pela empresa de viação. Outros alegaram não terem tido tempo para ler as matérias, porém puderam reparar nas ilustrações. Estas ilustrações foram destacadas pelos entrevistados como um diferencial do jornal, auxiliando o entendimento do texto. O conteúdo e as cores do jornal foram elogiados por serem interessantes e chamarem a atenção dos usuários. Algumas reclamações também foram feitas quanto ao tamanho do jornal, da tirinha e das letras.

Uma observação mais criteriosa foi feita pelos integrantes do projeto que puderam identificar falhas quanto à relação imagem/texto e ao uso das cores. Através dessa análise, foi possível repensar o projeto gráfico do jornal para um melhor aproveitamento do público leitor. Outra deficiência constatada foi em relação ao tempo de produção e à falta de acompanhamento da colagem dos jornais. Para solucionar esses problemas, foi montada uma equipe de colagem que vai acompanhar a distribuição dos jornais junto à empresa de ônibus e outra equipe que, através da observação participativa, vai monitorar as reações dos usuários dentro dos ônibus.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

E março de 2012, foi lançada a primeira edição do jornal *O Expresso*, Figura 2, com temática livre, que contava com um novo projeto gráfico que buscava melhorar as falhas identificadas na edição teste. As matérias foram dispostas de maneira mais dinâmica, facilitando a leitura. O formato e a posição da tirinha foram padronizados, proporcionando uma melhor compreensão. Aprimorou-se também o uso das cores, já que esse recurso bem utilizado permite atratividade visual necessária para atingir o público-leitor.

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

Figura 2: *O Expresso*, primeira edição.



Fonte: Arquivo do projeto (2012).

Apesar das deficiências quanto à distribuição dos jornais e dos ajustes técnicos que precisam ser feitos nesse processo do fazer jornalístico, focado no público a quem se destina o jornal, e de olho no fazer extensivo participativo, em que os diálogos são possíveis e incentivados, vale confirmar o êxito do projeto “Comunicação em movimento *O Expresso*: jornal-cartaz dos usuários de transporte coletivo de Viçosa”.

Significativo observar que, apesar do trabalho voluntário e das reuniões fora do horário escolar, às 13 h, sempre às sextas-feiras em 2011 e às segundas, no mesmo horário neste ano, a evasão foi pequena. Dos 20 voluntários inscritos, desde agosto, no início do projeto, 15 permanecem até a última reunião, acontecida em 12 de março deste ano. Bolsitas, voluntários e a coordenadora têm tido oportunidade de se manifestar, sem privilégios de poderes preestabelecidos. As relações calouro/veterano e professora/alunos, por exemplo, foram se modificando pela prática de uma educação participativa. É notória a motivação entre os membros. Revelam-se, a cada reunião, habilidades que são consideradas e fortalecidas. Apesar do trabalho da construção coletiva que vai contra a comodidade da verticalização das propostas em que os alunos cumprem recomendações e decisões já prontas, essa experiência tem sido enriquecedora dos pontos de vista pedagógico, técnico, teórico e prático. Por continuar acreditando que, concomitantemente, ao esforço do fazer junto, acontece um processo mais prazeroso e mais eficiente, em que o aprendizado vai acontecendo, este projeto continua, dentro da mesma metodologia participativa da provocação, quando todos do grupo são chamados a se manifestar, num clima de alegria e satisfação de ver as coisas acontecendo do jeito de cada um e, portanto, de todos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMARAL, Luiz. *Técnica de jornal e periódico*. Rio de Janeiro, 2001.
- BELTRÃO, Luiz. *Teoria e prática do jornalismo*. Adamantina: Omnia, 2006.
- DONDIS, Donis, A. *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
- DORNELLES, Beatriz. Divergências conceituais em torno da comunicação popular e comunitária na América Latina. In *E-Compós*, Agosto 2007. Disponível em www.compos.org.br/e-compos. Acessado em 10/03/2012.
- 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 mar. 2012.
- FREIRE, Paulo. *Educação e Mudança*. 24a Ed. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2001.
- _____, Paulo. *Extensão ou Comunicação?* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.
- 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 mar. 2012.
- 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: 10 mar. 2012.
- MATOS, Heloiza. *Comunicação Pública e Comunicação Global*. In: XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 2 a 6 de setembro de 2000 na Universidade do Amazonas, Manaus – AM Disponível em < <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/cidadania/0083.htm>>. Acesso em: 09 mar. 2012.
- SANT´ANNA, Armando et al. *Propaganda: Teoria e prática*. São Paulo: Cengage Learning, 2009.
- TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo : Editora UNISINOS, 2001.
- WILLIAMS, Robin. *Design para quem não é designer: Noções Básicas de Planejamento Visual*. São Paulo: Callis, 1995.

Recebido em: 25/03/2012

Aceito em: 24/04/2012