



## A teoria na prática do Informativo FACED<sup>1</sup>

Elisa Nascimento CHUEIRI<sup>2</sup>

Ricardo Ferreira de CARVALHO<sup>3</sup>

Adriana Cristina OMENA SANTOS<sup>4</sup>

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

### RESUMO

O presente artigo relata como foi a produção dos primeiros 20 números do Informativo FACED, boletim informativo desenvolvido dentro do projeto de bolsa de graduação “Informativo FACED: da pauta à produção em Jornalismo Impresso”. Para isso, o artigo pretende abordar os desafios da teoria e prática no desenvolvimento de uma ferramenta de Comunicação Interna na Faculdade de Educação (FACED) pelo curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Também discorre sobre os aspectos técnicos da produção de tal jornal impresso, no que se refere à aplicação da teoria jornalística e à utilização de programas de software livre como ferramentas auxiliares à produção do periódico.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação organizacional; FACED; informativo; jornalismo impresso; UFU.

### INTRODUÇÃO

O curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) foi criado junto à Faculdade de Educação, onde já existiam a graduação em Pedagogia e a pós-graduação em Educação e, por isso, se fez necessária a implementação de uma ferramenta de Comunicação Interna, que permitisse e facilitasse a troca de informações entre os docentes, a coordenação dos cursos e a direção da Faculdade de Educação, anteriormente feita apenas por meio de e-mails.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ DT1. Intercom Júnior - Jornalismo do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 02 a 06 de setembro de 2011, em Recife - PE.

<sup>2</sup> Autora do trabalho. Aluna do 6º período do curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia e bolsista do projeto “Informativo FACED: da pauta à produção em Jornalismo Impresso” entre agosto de 2010 e fevereiro de 2011. E-mail: elisa.chueiri@gmail.com.

<sup>3</sup> Co-autor do trabalho. Técnico em editoração do curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), Coordenador e orientador do projeto “Informativo FACED: da pauta à produção em Jornalismo Impresso”. E-mail: riferreira@estadao.com.br.

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora e coordenadora do curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, coordenadora do projeto “Informativo FACED: da pauta à produção em Jornalismo Impresso”. E-mail: adriomena@gmail.com.



O Laboratório Agência de Notícias, do curso de Jornalismo, como espaço de prática jornalística, se tornou, portanto, local da produção do jornal quinzenal de divulgação de informações sobre as atividades da Faculdade de Educação: o Informativo FACED, e de outros materiais impressos desenvolvidos pelo curso.

Assim, surgiu a necessidade de um bolsista para dar suporte ao aprofundamento prático feito no laboratório, à execução das tarefas envolvidas na produção desses materiais impressos e à viabilização do contínuo funcionamento do laboratório.

Para o bolsista, a oportunidade de participar desse projeto consiste na aproximação do aluno com o fazer jornalístico, o que contribui para o aprimoramento da sua formação teórico-prática, capacitando-o ao futuro exercício da profissão frente ao mercado de trabalho, pois

desta forma desenvolve-se as competências e habilidades requeridas nas relações com os veículos e com equipamentos, softwares e ferramentas utilizados no fazer jornalístico, tanto durante a formação universitária quanto, simultaneamente, no desenvolvimento da atividade profissional. (CARVALHO, 2010, p.1)

A participação do aluno bolsista estabelece a integração teórico-prática e acadêmico-administrativa, estimulando o acréscimo, em termos qualitativos, na formação em Jornalismo, com a produção de material institucional. O Informativo FACED e seu processo de desenvolvimento, a ser analisado a seguir, representam, portanto, contribuições consideráveis ao aluno, ao curso de Comunicação Social, à Faculdade de Educação e à Universidade Federal de Uberlândia, de maneira geral.

## **A COMUNICAÇÃO NA FACED**

A Faculdade de Educação da UFU reúne dois cursos de graduação, um curso de mestrado e um de doutorado, já mencionados, além de quatro cursos de especialização. São 381 alunos de Pedagogia (189 do período diurno e 192 do noturno), 108 estudantes de Jornalismo, aproximadamente 170 alunos nos cursos de especialização, 100 mestrandos e 103 doutorandos em Educação, totalizando 692 alunos. Dispõe, ainda, de uma equipe de 63 discentes e 16 técnicos.

Até abril de 2010, quando foi feita a primeira edição do Informativo, a comunicação na FACED era realizada através de e-mails, o que a tornava ineficaz, na



medida em que as mensagens não eram selecionadas e, por muitas vezes, eram tidas como spam<sup>5</sup>.

No entanto, pelo tamanho da estrutura de tal Unidade Acadêmica e pela necessidade de transmissão e acesso à informação, o desenvolvimento de uma ferramenta eficaz de comunicação interna, que pudesse atender às demandas da Faculdade, no que diz respeito à divulgação de notícias, editais, eventos científicos, lançamentos de publicações, dentre outras informações pertinentes, se tornou imprescindível. Margarida Maria Krohling Kunsch, autora de livros sobre comunicação organizacional, explica as desvantagens de uma comunicação parcial e fragmentada, afirmando que “para as organizações em geral, é muito importante a integração de suas atividades de comunicação, em função do fortalecimento do conceito institucional, mercadológico e corporativo junto a toda a sociedade” (1997, p. 116).

A comunicação organizacional “caminha para assumir, por inteiro, a chamada comunicação integrada, com uma articulação estreita entre os vários departamentos/ áreas e profissionais que exercem atividades de comunicação nas empresas ou entidades” (BUENO apud CRUZ, 2007, p. 198).

Nessa perspectiva de filosofia, a comunicação integrada, entendida como um conjunto de diferentes modalidades de comunicação, pressupõe a junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica, da comunicação interna e da comunicação administrativa, que formam, então, o mix ou composto da comunicação organizacional. Esse deve formar um conjunto harmonioso, sinérgico, apesar das diferenças e das especificidades de cada setor e dos respectivos subsetores cuja soma de todas as atividades redundará na eficácia da comunicação nas organizações, a partir de ações estratégicas e táticas de comunicação (CRUZ, 2007, p. 199).

Na Faculdade de Educação, além das listas de e-mails e dos quadros de avisos existentes, o Informativo FACED passou a ser referência em comunicação, a partir do momento em que canaliza as notícias, dados e avisos de interesse dos docentes, discentes e servidores, periodicamente, tornando-se local de agrupamento e consulta de informações. Além disso, o jornal abre espaço para que seu público-alvo também atue como colaborador, expressando sua opinião ou indicando outros conteúdos para publicação.

---

<sup>5</sup> Termo da internet que designa mensagem não desejada.



## O INFORMATIVO FACED

Sendo o Informativo FACED um periódico voltado para a comunicação interna, todo o seu processo de produção (reunião de pauta, seleção de informações, redação, diagramação, impressão) é realizado no laboratório Agência de Notícias do curso de Comunicação Social da UFU, com exceção da feitura de matérias cuja apuração jornalística exija trabalho de entrevista ou fotografia em ambiente externo.

O jornal tem periodicidade quinzenal, e a primeira edição foi publicada no início de abril de 2010. Inicialmente, era impresso em formato A4, frente e verso, a uma cor, preta, com quatro páginas (duas folhas grampeadas), em equipamento<sup>6</sup> a laser preto e branco, do curso de Jornalismo.

Atualmente, o Informativo é impresso em quatro páginas no formato A4 (A3 com uma dobra), com tiragem mínima de, aproximadamente, 60 exemplares. Utiliza-se, como saída, impressora<sup>7</sup> eletrônica a laser colorida, equipamento pertencente ao curso e adquirido somente após as primeiras edições do Informativo FACED.

As seções estão distribuídas em “Editorial”, “Notas informativas”, “Informes oficiais”, “Editais”, “Eventos” e “Espaço aberto”, presentes nessa ordem. O “Editorial” é única seção opinativa da publicação, na qual é feito um resumo das principais informações de cada edição. Em “Notas informativas”, consta uma seleção de notícias sobre a Faculdade de Educação ou assuntos correlatos. “Informes oficiais” é espaço para a publicação de notas escritas pela diretora da FACED e pelos coordenadores dos cursos alocados na Unidade. As seções “Editais” e “Eventos”, como sugerem seus nomes, reúnem editais de concursos, provas, processos seletivos, e eventos científicos da UFU ou externos, respectivamente. Por fim, “Espaço aberto” é onde são publicadas as contribuições enviadas<sup>8</sup> pelos leitores. É também local de charges, crônicas ou textos selecionados pelos editores.

Além disso, a partir do número 10, primeira edição produzida após o início da bolsa de graduação, o aluno bolsista passou a escrever uma matéria na capa do periódico, tendo a oportunidade de exercer atividades relacionadas à rotina de produção jornalística que, no conceito de Mauro Wolf (2003), dizem respeito à coleta, seleção, edição e apresentação dos fatos relevantes a ponto de ganhar visibilidade nos meios de

---

<sup>6</sup> Modelo HP laserjet 2035n.

<sup>7</sup> Modelo HP laserjet 5050n.

<sup>8</sup> As contribuições são enviadas para o endereço [espaberto@gmail.com](mailto:espaberto@gmail.com).



comunicação. Assim, os conteúdos publicados no Informativo passaram a ter características de textos jornalísticos, com a presença de título, linha fina, fotos com legenda e estrutura textual de hierarquização das informações com o uso do *lead*, da pirâmide invertida e da construção do texto em blocos.

## O PROJETO GRÁFICO

O planejamento gráfico de publicações impressas é fator importante para a conquista de leitores e para a leitura propriamente dita. O Informativo FACED começou como uma publicação monocromática e, a partir do número 10, passou a ser impresso em cores, o que foi fundamental para que o jornal ficasse mais chamativo e visualmente agradável, pois “com a arte da palavra, coexiste no jornalismo impresso a arte gráfica” (SILVA, 1985, p. 28). Dessa forma, a diagramação do Informativo é um aspecto bastante observado em sua produção.

Diagramar é fazer o projeto de distribuição gráfica das matérias a serem impressas (textos, títulos, fotos, ilustrações etc.) de acordo com determinados critérios jornalísticos e visuais. Distribuir técnica e esteticamente, em um desenho prévio, as matérias destinadas à impressão (BARBOSA; RABAÇA apud SILVA, 1985, p. 41).

As oito primeiras edições do Informativo<sup>9</sup> foram produzidas segundo o primeiro projeto gráfico estabelecido para o periódico. O layout do cabeçalho (Figura 1) apresenta o nome do jornal, a logomarca da FACED, utilizada para compor esse nome, e informações sobre a edição, o mês e o ano da publicação. A palavra “InformATIVO” foi escrita com a junção das fontes Brushscript e Arial, em estilo negrito. Nas informações do cabeçalho, usou-se Arial, estilo itálico, entre fios superior e inferior à linha de texto.



Figura 1: o primeiro layout do cabeçalho do Informativo FACED.

---

<sup>9</sup> Todas as edições podem ser encontradas em [www.faced.ufu.br](http://www.faced.ufu.br), no menu “Informativo” da barra principal.



A diagramação das páginas (Figura 2) tinha, com base, duas colunas e tipologia sem serifa, em fonte Arial, devido ao pequeno número de páginas e a composição majoritariamente feita por textos curtos. “Os desenhos (de letras) modernos, com hastes, sem serifas e uniformes, tornam esta família a mais visual, a mais legível de todas” (COLLARO, 2006, p. 21). Os nomes das seções eram escritos em Arial, itálico e negrito, sobre tarja cinza a 20%. Os subtítulos das seções apresentavam a fonte serifada Times New Roman para diferenciação. Também fazia-se a utilização de fios para separação de assuntos, na tentativa de evitar confusão de leitura.

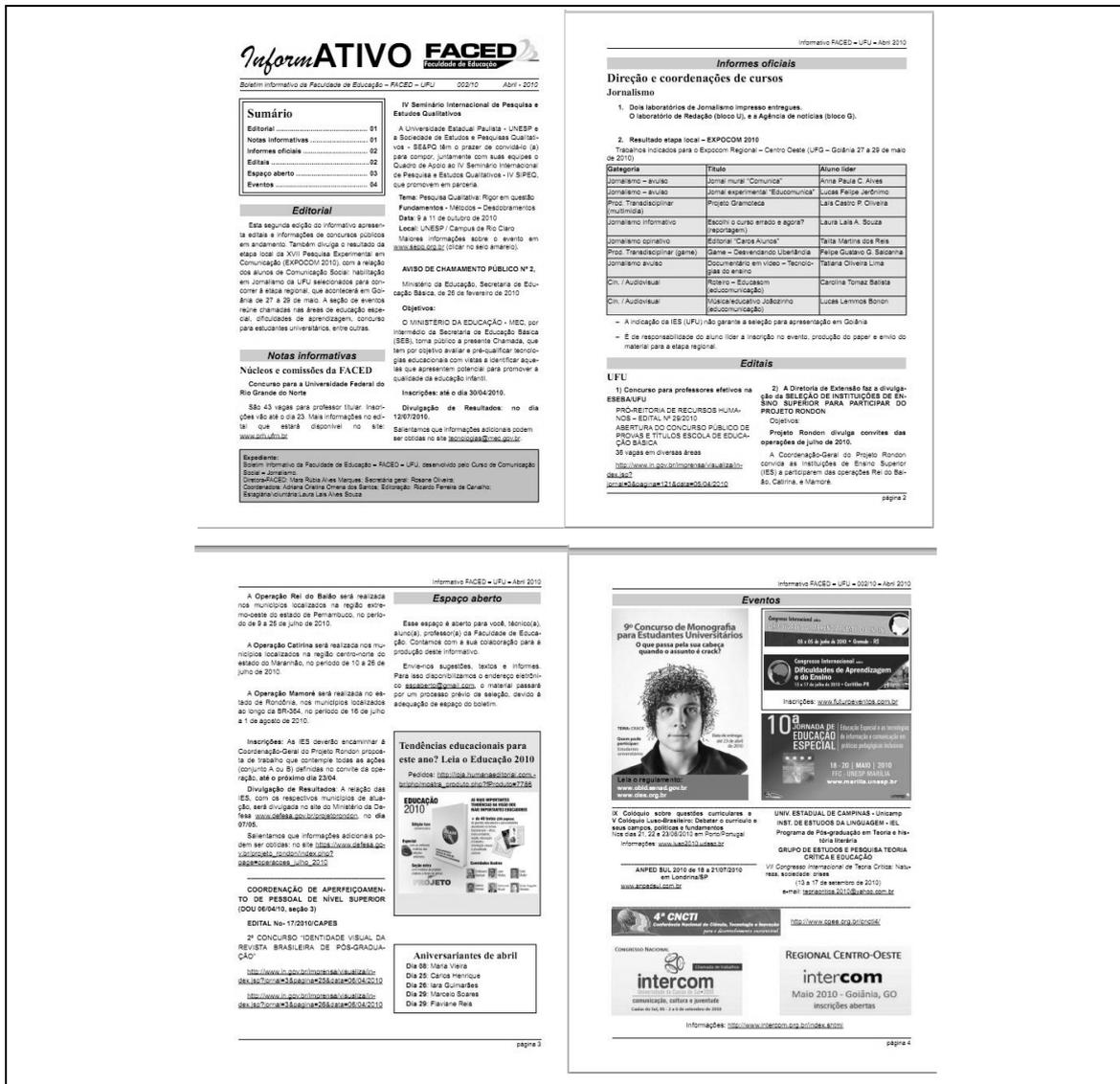


Figura 2: A segunda edição do Informativo Faced, com a diagramação anterior.

As atividades da bolsa de graduação começaram com a tarefa para o bolsista de desenvolver um projeto de reforma gráfica para o layout do Informativo, primeiramente a ser pensado ainda em preto e branco.

O layout é o arranjo dos elementos de um design em relação ao espaço que eles ocupam e em conformidade com um esquema estético geral. Também pode ser chamado de gestão da forma e do espaço. O principal objetivo do layout é apresentar os elementos visuais e textuais que precisam ser transmitidos de uma forma que o leitor os receba com o mínimo de esforço. Com um bom layout, um leitor pode navegar por informações complexas, tanto na mídia impressa como na eletrônica (AMBROSE; HARRIS, 2005, p.11).

O novo projeto gráfico, como foi descrito no Editorial da edição em que foi utilizado pela primeira vez (número 09), “muda um pouco a aparência, mas mantém o propósito de divulgar notícias, informações e eventos de maneira agradável e clara” (INFORMATIVO, 2010, p. 1). O layout do cabeçalho mudou (Figura 3), mas continuou com a utilização da logomarca da FACED na composição do nome. Na palavra “informativo”, foi utilizada a fonte Berlin Sans FB Demi, com o início em letras pretas e o final em letras contornadas e sombreadas, para destaque do termo “ativo”. As informações referentes ao número, edição, mês e ano são separadas por caractere especial, utilizando uma das cores da logomarca da FACED e são escritas, também, com a fonte Berlin Sans FB Demi, em negativo, sobre tarja preta. Embaixo, foi colocada uma faixa preta para dar suporte ao cabeçalho.



Figura 3: o cabeçalho desenvolvido para o novo projeto gráfico do jornal.

A diagramação do jornal também foi alterada (Figura 4) e as formas de indicar os títulos e subtítulos e a tipografia foram redefinidos. Para o texto, passou-se a usar a fonte Calibri, estilo regular e nos elementos de titulação adotou-se a mesma fonte do cabeçalho, Berlin Sans FB Demi. Como forma de chamar a atenção, a palavra “editorial” sofreu rotação de 90° para a esquerda e seu texto ocupa toda a largura da



página, como mostra a Figura 5, diferenciando-se da dupla colunagem do jornal, que foi mantida após a reformulação.



Figura 4: A nova diagramação do Informativo FACED, exemplificada pela edição 11.

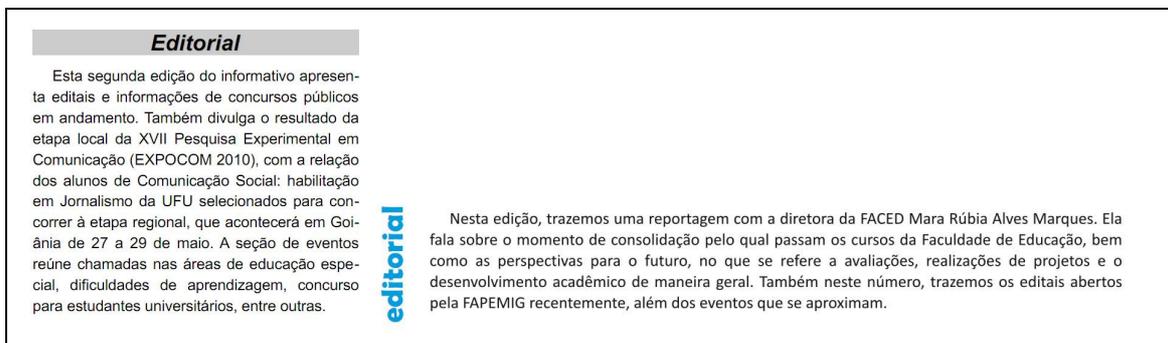


Figura 5: a nova disposição da seção Editorial (à direita), comparada à antiga (à esquerda).



Os fios que separavam as matérias e, às vezes, as colunas foram retirados, por serem limitadores, e para dar leveza e modernidade ao periódico. Além disso, dispensou-se o “Sumário”, por ser uma publicação pequena. Em vez disso, os próprios títulos das seções são melhor visualizados, utilizando-se fonte contornada e sombreada, centralizada, ora nas duas colunas, ora em uma, dependendo da disposição das matérias. Isso proporciona suavidade no visual da página, devido aos “brancos” gerados entre as matérias.

O branco faz parte da página e normalmente é utilizado como recurso estético. A valorização do branco da página representa o espaço de circulação das idéias do leitor e os fluxos, os caminhos deixados pelo designer. O branco proporcionado compensa a perda de espaço pela beleza e leveza da página (HOELTZ, 2001, p. 7-8).

A edição “reformada” (número 10) foi produzida em preto e branco, mas as posteriores já foram feitas em policromia. As cores do Informativo foram baseadas nas cores da logomarca da FACED, visto que ela é utilizada para compor o nome do jornal. Assim, o design do Informativo ficou diferente e a nova disposição gráfica de suas páginas tornou a publicação visualmente mais agradável.

## **O PROCESSO DE PRODUÇÃO**

As etapas do processo de produção do Informativo FACED, como já foi mencionado, são executadas no laboratório Agência de Notícias. Em sequência cronológica, são elas: reunião de pauta, seleção das informações, redação, edição, produção da matéria de capa, que também exige pauta, apuração (entrevistas e checagem de dados) e redação, diagramação, impressão e distribuição.

As mensagens, que antes eram passadas por e-mail aos professores e servidores técnico-administrativos da Faculdade, são direcionadas ao endereço eletrônico do Informativo<sup>10</sup>. A reunião de pauta ocorre, na maioria das vezes, no dia seguinte à publicação da edição anterior. Nela, são discutidos os assuntos e matérias que vão compor o próximo número do jornal, após leitura de todo o material que chega por e-mail e levantamento de possíveis pautas na UFU, de interesse da FACED. Na reunião de pauta, também, é decidido o tema e o enfoque da matéria de capa.

---

<sup>10</sup> infoced@gmail.com



Na próxima etapa, o bolsista exerce a função de repórter e produz a matéria de capa com texto e fotografia de sua autoria e os textos das seções “Editorial” e “Notas informativas”. Geralmente, as entrevistas são feitas com coordenadores dos cursos, direção, alunos ou técnicos da Faculdade, ou com pessoas de fora, mas que tenham a ver com assuntos ou acontecimentos da FAGED. A redação e edição são feitas pelo próprio aluno, com orientação do técnico responsável pelo projeto. Quase todo o conteúdo de “Editais” é conseguido no site da UFU<sup>11</sup> e, para a seção “Eventos” é feita uma seleção de congressos, palestras, fóruns, colóquios, relacionados à temática da Comunicação ou da Educação.

Nos primeiros números – até o número 10 – os assuntos eram definidos pelas coordenações dos cursos ligados à FAGED e a publicação era elaborada pelo técnico responsável, que buscava as matérias diretamente com os coordenadores e os assuntos de Editais e Eventos eram levantados pela internet. Com o material selecionado, era utilizado o software livre BrOffice para a diagramação.

Após a aprovação do projeto e a participação de um aluno bolsista nas atividades, e a concomitante utilização de softwares na produção do Jornal Laboratório do curso, que também é feito no laboratório Agência de Notícias, para a produção do Informativo, optou-se pela utilização dos softwares livres Scribus (editoração gráfica), Inkscape (vetorização de imagens) e The Gimp (edição de imagens), que foram instalados nos computadores do laboratório.

O uso de softwares livres é, mais do que um fator econômico, uma opção que visa à universalização do acesso às tecnologias e à inclusão digital sem dependências proprietárias, já que possibilita o compartilhamento de conhecimento e a solidariedade entre seus participantes.

A impressão também é feita na Agência de Notícias, com tiragem de 60 exemplares. Os jornais são distribuídos durante a reunião quinzenal do Conselho da FAGED, em que se encontram presentes professores e técnicos. Também são deixados alguns exemplares na secretaria dos cursos da FAGED, bem como na Agência de Notícias e no Diretório Acadêmico, local de circulação dos estudantes.

Com o Informativo pronto, utiliza-se outro software livre para gerar um arquivo eletrônico da publicação, em formato PDF: o CutePDF. Assim, o jornal é postado na

---

<sup>11</sup> [www.ufu.br](http://www.ufu.br)



página da FACED na internet, possibilitando maior acesso e visualização das matérias on-line.

## CONSIDERAÇÕES

O Laboratório Agência de Notícias do Curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo é um espaço imprescindível nas atividades práticas dos discentes do curso, por se tratar de local onde informação e comunicação são aplicadas para geração de conhecimento. A bolsa de graduação do projeto “Informativo FACED: da pauta à produção em jornalismo impresso” foi responsável por duas grandes contribuições e mudanças na Faculdade de Educação: a melhoria do processo de comunicação em tal unidade acadêmica e o aprofundamento dos conhecimentos teórico-práticos dos alunos que atuaram como bolsistas.

Para a Faculdade, o Informativo não foi só uma ferramenta de comunicação unilateral de divulgação de informações; na seção “Informes oficiais”, as coordenações dos cursos e a diretoria têm voz no jornal, e a seção “Espaço aberto” é mantida pela colaboração dos leitores.

Para o bolsista, o periódico serviu como local de aprendizagem e de aplicação prática dos conhecimentos teóricos já adquiridos ao longo do curso, contribuindo para a melhoria do jornal e para o reforço de suas características jornalísticas, como já foi descrito no final do tópico 3 do presente artigo. A atuação do aluno não limitou-se às atividades do Informativo. Foi, também, maneira de proporcionar integração maior entre os alunos do curso, na medida em que a publicação passou a ser vista como atividade discente e não apenas como um fato só da unidade acadêmica. Ele passou a ser visto como um projeto de integração em que todos podem se engajar.

O objetivo principal do projeto é a produção do Informativo FACED. No entanto, visa-se, também, o aprendizado e uso das ferramentas de tecnologia necessárias à produção gráfico-jornalística, a familiarização dos processos de administração e confecção de peças impressas, a disponibilização dos espaços necessários à formação do jornalista, no sentido de contribuir com a melhoria da qualidade do ensino na Instituição e a organização, implantação e avaliação da elaboração de materiais e atividades educativas, fazendo uso das tecnologias da informação e comunicação (TICs).



Desse modo, a bolsa de graduação foi renovada, pois entendeu-se a importância das contribuições que o projeto do Informativo FAGED trouxe para o aluno bolsista, para a Faculdade de Educação e seus membros e cursos e, de modo geral, para a Universidade Federal de Uberlândia.

## REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout**. Porto Alegre: Bookman, 2009. (Coleção Design Básico).

CARVALHO, Ricardo Ferreira de. **O Informativo FAGED: da pauta à produção em jornalismo impresso**. Uberlândia: UFU/Faculdade de Educação, 2008. (Anexo III).

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto Gráfico: Teoria e Prática da Diagramação**. São Paulo: Summus, 2006.

CRUZ, Cassiana Maris Lima. Comunicação organizacional e pressupostos da comunicação integrada: a experiência em uma universidade na implementação/reestruturação do jornal institucional. **Conexão – Comunicação e Cultura**. UCS, Caxias do Sul, v. 6, n. 11, p. 193-209, jan/jun, 2007.

EDITORIAL. **Informativo Faced**, Uberlândia, n. 09, set. 2010.

HOELTZ, M. **Design gráfico: dos espelhos às janelas de papel**. Anais do 24. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Campo Grande/MS, setembro 2001. São Paulo, Intercom/Portcom: Intercom, 2001. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/4499/1/NP4HOELTZ.pdf>>. Acesso em: 11 jul. 2011.

KUNSCH, Maria Krohling. **Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997. (Coleção Novas Buscas em Comunicação, v. 56).

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa**. São Paulo: Summus, 1985.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. (Coleção Leitura e Crítica).