

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENHO INDUSTRIAL**

MARCELO JOSÉ DA MOTA

**DESIGN DA NOTÍCIA: O DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA
GRÁFICA E A COMUNICAÇÃO VISUAL NO JORNAL DIÁRIO**

Bauru-SP
2009

MARCELO JOSÉ DA MOTA

**DESIGN DA NOTÍCIA: O DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA
GRÁFICA E A COMUNICAÇÃO VISUAL NO JORNAL DIÁRIO**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Desenho Industrial, área de concentração em Planejamento de Produto, da FAAC - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Campus de Bauru, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof^o. Dr. Roberto Alcarria do Nascimento

Bauru-SP
2009

MARCELO JOSÉ DA MOTA

**DESIGN DA NOTÍCIA: O DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA
GRÁFICA E A COMUNICAÇÃO VISUAL NO JORNAL DIÁRIO**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Desenho Industrial, área de concentração em Planejamento de Produto, da FAAC - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Campus de Bauru, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Banca Examinadora
Prof. Dr. José Carlos Plácido da Silva

Prof. Dr. Jorge Luiz Antonio

Bauru-SP
2009

DEDICATÓRIA

*Dedico esta pesquisa à minha mãe,
Prof.^a Aparecida Manoel da Mota (in memoriam),
que durante 26 anos me alimentou com sua cultura,
me proporcionou oportunidades com seu trabalho
e me ensinou a amar.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família que na companhia de Deus permitiram minha formação e educação: meus pais, Antonio Mota e Aparecida Mota (in memorian) pela dedicação, carinho e cuidados; meus irmãos Valéria, Marcos e Débora pela amizade, companhia e incentivo à arte.

Agradeço aos meus grandes mestres e amigos: em especial, Prof. Dr. Roberto Alcarria do Nascimento, pelo ensino e pela atenção o que me proporcionou segurança durante esta jornada; Prof. Dr. José Carlos Plácido da Silva, pelo carinho no acompanhamento dos meus escritos; Prof. Dr. Luiz Carlos Paschoarelli e à Prof^a Dr^a Marizilda de Menezes, pela companhia em momentos inesquecíveis e no incentivo acadêmico; Prof. Dr. Luciano Guimarães, por suas indicações.

Agradeço também as minhas grandes amigas: Anauá Carina, assessora de comunicação, que me acolheu com muito carinho em seu lar durante o desenvolvimento deste trabalho; Deise Lima, relações públicas, pelo encanto de sua companhia; Ieda Rodrigues, jornalista, pelo acompanhamento e sugestões para a pesquisa; Prof^a Ms. Mariângela Amendola, por sua delicadeza, conselhos e companheirismo.

MOTA, Marcelo José da. **Design da Notícia:** o desenvolvimento da indústria gráfica e a comunicação visual no jornal diário. Bauru, 2009. Dissertação (Mestrado em Design) – FAAC – UNESP – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Campus Bauru.

RESUMO

Esta pesquisa propõe o fomento do design no departamento de arte editorial capacitando profissionais a equacionar e aplicar, com objetividade, os valores simbólicos da comunicação visual na configuração do jornal impresso. O conhecimento da tecnologia e da representação gráfica envolvido no processo de produção da notícia na página permite ao designer a manipulação consciente e direta de elementos, entre textos e imagens, para garantir o sucesso da informação transmitida com a harmonia entre verbal e visual no produto impresso. Com o surgimento da imprensa e do jornal, a sociedade evoluiu para o acúmulo do conhecimento e se tornou possível o retrato do dia-a-dia das cidades em forma de notícia. Hoje o jornal representa um complexo editorial, que através de gerações se fortaleceu como um grande agente cultural, capaz de levar a informação aos leitores, dividida em assuntos específicos e cadernos temáticos, de maneira veloz e harmoniosa com o design de página. As constantes transformações e adaptações sofridas pelos periódicos diários, nos parques gráficos e no sentido morfológico do produto impresso, mostram o verdadeiro esforço das corporações jornalísticas para que o jornal continue a existir e continuar, ainda por muitos anos, ser o maior veículo a expressar o cotidiano social, político, econômico e cultural com maior credibilidade e aceito pelo usuário da informação. O objetivo desta reflexão é fomentar o design enquanto área de conhecimento e sua importância para o desenvolvimento e configuração do produto editorial. A investigação histórica da revolução gráfica e das influências estéticas que marcaram o design de página e a imprensa brasileira é importante para o entendimento da evolução do jornal no processo de comunicação contemporâneo. A observação e a análise dos jornais, suas condições operacionais e verbetes editoriais mais empregados no desenvolvimento do produto servirão como bases técnicas para o designer no processo de planejamento e produção gráfica da notícia.

Palavras-chave: Design, artes gráficas, jornal e indústria gráfica.

MOTA, Marcelo José da. **Design da Notícia:** o desenvolvimento da indústria gráfica e a comunicação visual no jornal diário. Bauru, 2009. Dissertação (Mestrado em Design) – FAAC – UNESP – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Campus Bauru.

ABSTRACT

This piece of work proposes the fomentation of the design in the editorial arts department, making professionals more capable to apply and equate, objectively, the symbolic values of the visual communication on the configuration of the daily paper. The knowledge of the technology and of the graphical representation involved in the production process of the news on the page allows to the designer the aware and direct manipulation of elements, between texts and images, to guarantee the success of the aired information with harmony between the oral and visual printed product. With the appearance of the printing press, the society evolved into the accumulation of knowledge and the description of the everyday-life became possible. Nowadays, the newspaper represents a complex editorial which, through generations, has become stronger, as a great cultural agent, able to take information to the readers, divided into specific and theme subjects, in a very fast and harmonious way with the page design. The constant changes and adaptations suffered by the daily newspaper, in the graphical industry and in the morphological sense of the printed product,, show the true effort of the news corporations for the papers to continue to exist and continue to be the biggest way of communication to express the social, political, economical and cultural quotidian with more reliability and be accept by the user of the information. The objective of this reflection is to foment the design while knowledge area and its importance to the development and configuration of the editorial product. A historical investigation of the graphical revolution and of the esthetic influences which determined the page design and Brazilian press in the 20th century is important for the understanding of the newspaper evolution in the contemporaneous communication process. The observation and the analyses of the papers, its operational conditions and the most used editorial notes in the product development can be used as technical base for the designer in the process of the graphical planning and production of the news.

Keywords: Design, graphic arts, newspaper and graphic industry.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 JORNAL DIÁRIO E DESIGN DE PÁGINA.....	14
1.1 Evolução da Imprensa Popular.....	14
1.2 Design e Tratamento Estético na Página.....	22
1.2.1 Design da Notícia no Brasil.....	29
1.2.2 O Construtivismo e o Neoconcretismo de Amílcar de Castro.....	35
1.3 Novas Mídias e Novos Cenários.....	39
1.4 Design como Moderador Social.....	42
2 DESIGN E FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO VISUAL.....	47
2.1 Processos Gráficos Editoriais.....	52
2.1.1 Formato e Suporte.....	53
2.2 Técnicas Visuais Aplicadas ao Produto.....	57
2.2.1 Gestalt do Objeto.....	58
2.2.2 Tipografia.....	65
2.3 Relação dos Elementos Visuais no Diagrama.....	67
2.3.1 Diagrama da Página e Segmento Áureo.....	75
2.4 Ergonomia e Performance Visual Aplicados à Página.....	77
2.4.1 Performance Visual.....	80
3 METODOLOGIA DO DESIGN APLICADO AO JORNAL DIÁRIO.....	83
3.1 Elementos e Técnicas Visuais Considerados na Composição da Capa..	87
3.2 Análise das Capas.....	90
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	104
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	105

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Primeira página do jornal brasileiro <i>O Patriota</i> , de 1813, Rio de Janeiro, com sua diagramação seguindo um padrão gráfico de livro.....	19
FIGURA 2 - Os periódicos nacionais mais importantes do fim do século XIX e do início do século XX.....	20
FIGURA 3 - Gráfico ilustrativo dos principais movimentos de vanguarda do modernismo que contribuíram para a formação do design como área de conhecimento.....	27
FIGURA 4 - A renovação gráfica na grande imprensa nacional na década de 60. Nas fotos as primeiras páginas dos jornais <i>Última Hora</i> , <i>Jornal do Brasil</i> e <i>Jornal da Tarde</i>	31
FIGURA 5 - Evolução gráfica dos periódicos a partir dos anos 80 do século passado. A primeira imagem da figura é a capa do <i>Jornal da Tarde</i> do ano de 1982 e a segunda imagem de 1994. A terceira e a quarta imagem são das capas do jornal <i>Correio Brasiliense</i> do ano de 1998.....	33
FIGURA 6 - A evolução gráfica da primeira página do jornal <i>Folha de S. Paulo</i> , capas das edições de 1921, 1967 e 2002 consecutivamente.....	34
FIGURA 7 - Primeira página do periódico <i>Jornal do Brasil</i> , de 1956, antes da reforma gráfica e depois da reforma por Amílcar em 1959; e página do <i>Jornal de Resenhas</i> , Discurso Editorial de 14 de julho de 2001, nº. 76, paginada por Amílcar.....	38
FIGURA 8 - Formatos editoriais <i>standard</i> , <i>berliner</i> e <i>tablóide</i> estabelecidos pela ANJ.....	55
FIGURA 9 - Aproveitamento dos formatos <i>standard</i> e <i>berliner</i> na bobina de papel para impressão	56
Figura 10 - Comparação entre os formatos e os benefícios do novo modelo editorial para jornal diário	56
FIGURA 11 - Famílias dos tipos e suas características feitas por Francis Thibaudeau.....	66
FIGURA 12 - Relação entre pontos e linhas de um plano que determinam o sentido de leitura e provocam estímulos sensoriais em uma mensagem visual.	69
FIGURA 13 - Exemplos de diagrama com leitura horizontal e vertical.....	72
FIGURA 14 - Zonas ópticas utilizadas para a confecção do diagrama e distribuição dos elementos na página.....	73
FIGURA 15 - Visualização dos quadrantes da página e as páginas centrais.....	74
FIGURA 16: Construção geométrica para achar o segmento áureo descrito por Lage e simetria dinâmica proposta por Ribeiro.....	76
FIGURA 17 – Capas dos jornais <i>Folha de S. Paulo</i> , <i>Jornal do Brasil</i> e <i>Jornal da Cidade</i> do dia 26 de Outubro de 2006 e os verbetes editoriais empregados nas edições.....	92
FIGURA 18 – Pré-visualizações das capas e distribuição dos verbetes editoriais das edições dos jornais <i>Folha de S. Paulo</i> , <i>Jornal do Brasil</i> e <i>Jornal da Cidade</i> do dia 26 de Outubro de 2006.....	93
FIGURA 19 – Diagramas com as grids editoriais das edições dos jornais <i>Folha de S. Paulo</i> , <i>Jornal do Brasil</i> e <i>Jornal da Cidade</i> do dia 26 de Outubro de 2006.....	94

FIGURA 20 – Detalhes tipográficos dos verbetes extraídos das capas dos jornais <i>Folha de S. Paulo</i> , <i>Jornal do Brasil</i> e <i>Jornal da Cidade</i> do dia 26 de Outubro de 2006.....	96
FIGURA 21 – Contraste e dinamismo visual aplicados aos tipos extraídos das capas dos jornais <i>Folha de S. Paulo</i> , <i>Jornal do Brasil</i> e <i>Jornal da Cidade</i> do dia 26 de Outubro de 2006.....	97
FIGURA 22 – Detalhes dos verbetes editoriais extraídos das capas dos jornais <i>Folha de S. Paulo</i> , <i>Jornal do Brasil</i> e <i>Jornal da Cidade</i> do dia 26 de Outubro de 2006.....	97
FIGURA 23 – Estética visual da página que determina o sentido da leitura e o eixo sentido da capa do jornal <i>Folha de S. Paulo</i> do dia 26 de Outubro de 2006..	99
FIGURA 24 – Estética visual da página que determina o sentido da leitura e o eixo sentido da capa do <i>Jornal do Brasil</i> do dia 26 de Outubro de 2006.....	100
FIGURA 25 – Estética visual da página que determina o sentido da leitura e o eixo sentido da capa do <i>Jornal da Cidade</i> do dia 26 de Outubro de 2006.....	100
FIGURA 26 – Relação do segmento áureo e a divisão das capas dos jornais <i>Folha de S. Paulo</i> e <i>Jornal Brasil</i> do dia 26 de Outubro de 2006.....	102

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa procurou retratar a evolução e a complexidade de um jornal diário na abordagem histórica e no fomento do design de página para a configuração do produto editorial. A apresentação das condições operacionais e das raízes técnicas no desenvolvimento do produto midiático indicaram rumos e perspectivas para o design de página em seu processo gráfico com apontamentos do desenho e do projeto editorial para uma linguagem visual contemporânea. O aparecimento do design dentro das corporações jornalísticas suscitou um ritmo de desenvolvimento baseado na estruturação dos suportes técnicos e performance visual traduzidos no desenvolvimento do periódico tornando-o um instrumento funcional aos seus princípios e morfologicamente projetado para a notícia.

A pesquisa manteve-se sob a ótica da importância de um departamento de arte vinculado à redação e do design aplicado no desenvolvimento gráfico do produto jornalístico. O que motivou este estudo foi a experiência de seis anos do autor como designer, do ano 2000 ao ano 2006, no Jornal da Cidade de Bauru, um dos principais diários do interior do Estado de São Paulo. A vivência e o relacionamento do autor desta pesquisa com o jornalismo diário e as funções atribuídas ao departamento de arte de um jornal permitiram verificar a relevância de um profissional qualificado em artes gráficas para coordenar a edição gráfica no desenvolvimento do produto. Notou-se que para haver harmonia e organização dos elementos básicos que compõem a construção da página de um diário é necessária a participação de um profissional de arte capaz de estruturar a linguagem estética e visual no meio. Observou-se também a falta de produção bibliográfica no posicionamento do designer no mercado jornalístico editorial.

O material teórico utilizado neste trabalho é bem conhecido da grande maioria dos designers principalmente no que diz respeito à história do design industrial, aos processos cognitivos visuais e ergonomia. Dentre os principais autores citados estão Nikolaus Pevsner, Bernd Löbach, Donis A. Dondis, Gui Bonsipe, Lucy Niemeyer e Itiro Iida. Os autores Melvin Defleur e Sandra Ball-Rockeach, foram importantes para a identificação do jornal como instrumento representativo e articulador social e formador de uma opinião pública com o

esclarecimento da mídia de massa e das teorias da comunicação. Asa Briggs e Peter Burke, teóricos que investigam o impacto dos novos meios na sociedade e a convergência tecnológica, trouxeram à esta pesquisa bases do universo jornalístico e suas idéias foram usadas para a estruturação e a evolução do jornal no diálogo entre verbal e visual. Sob o olhar do design encontraram-se referências sobre o tema “notícia” em livros recém publicados frutos de pesquisas acadêmicas e em artigos científicos de congressos nacionais e internacionais que abordaram questões comunicacionais e ergonômicas, como também a percepção sensorial entre produto e leitor de um jornal.

As fontes teóricas esclareceram a importância do tratamento gráfico da notícia, a escolha e organização das imagens e outros elementos que formam um universo plástico na área impressa e que forçam a sensibilidade do leitor. Os apontamentos dos autores firmaram a relação entre informação e página no estreitamento entre redação e arte de um jornal diário. Foi estabelecido um limite investigativo da história da mídia e do design apenas com recortes da evolução da imprensa e da indústria gráfica, principalmente a no Brasil para poder construir hipóteses a respeito da produção atual e desenvolvimento do produto editorial.

O principal objetivo deste trabalho é uma reflexão do design e sua colaboração com a edição de um diário através do questionamento entre as formas funcionais e a estética do pensar gráfico visual na mídia. O processamento e análise dos dados científicos resultaram em perspectivas que orientam a aplicação de uma disciplina projetual para o designer gráfico atuar nesta mídia, outro objetivo proposto.

No primeiro capítulo evidenciou-se a ascensão do jornal, a evolução do design como área de conhecimento e a manipulação de elementos visuais na página, responsáveis pelas reformas gráficas das organizações editoriais. O segundo capítulo abordou os fundamentos da comunicação visual referentes ao processo cognitivo e ao processo de design na concepção do produto gráfico. O capítulo três retratou a produção contemporânea dos jornais nacionais e a utilização do design na eficiência e na expressão plástica de suas páginas.

O objeto de análise desta pesquisa foram os jornais brasileiros: *Folha de S.Paulo* – São Paulo, SP, formato *standard*; *Jornal do Brasil* – Rio de Janeiro, RJ, formato *berliner* e *Jornal da Cidade* – Bauru, SP, formato *standard*. As publicações escolhidas foram devido à relevância social, às contribuições com o design de página, às inovações tecnológicas e gráfico-visuais que refletem no desenvolvimento

e na apresentação do produto e à credibilidade do leitor conquistada por esses veículos de massa.

Participaram da pesquisa os atores, fatores técnicos, morfológicos e históricos que envolvem a imprensa com a manipulação de imagens e elementos visuais, paginação, diagramação e fechamento da edição diária. A pesquisa apontou a importância do jornal para a sociedade e sua significação como produto de massa; e a contribuição do design e da linguagem visual no uso e na prática de suas funções comunicacionais frente à imprensa popular. Foi feita uma análise comparativa a partir de um recorte de produção e desenvolvimento das primeiras páginas dos jornais por ser que, dentre outros aspectos, a capa é o primeiro contato do leitor com o espaço gráfico visual da notícia. Foram considerados os fatores que permitem a colaboração do designer na configuração do jornal enquanto produto e os fatores que permitem ao usuário o acesso à notícia no consumo da informação visual e seus elementos constitutivos na primeira página.

Os apontamentos e observações feitas a partir da participação do designer na equipe de um diário ofereceram subsídios fundamentais para proporcionar beleza, visibilidade, reconhecimento e identificação à mídia. Tais subsídios foram descritos nos capítulos seguintes como os fatores que influenciam na composição da página pelo artista gráfico e os fatores humanos na direção e varredura do olhar e leitura de uma notícia, bem como os fatores culturais dos novos paradigmas da comunicação que inevitavelmente são determinantes para a sobrevivência do jornalismo impresso.

1 JORNAL DIÁRIO E DESIGN DE PÁGINA

1.1 Evolução da Imprensa Popular

Durante toda a evolução da sociedade o homem vê-se diante de uma interface entre dispositivos e informações simbolicamente capazes de influenciar positiva e negativamente seu cognitivo e ambiente de vivência. Pode-se considerar que o progresso está de acordo com a metodologia e tecnologia aplicada no objeto e no desenvolvimento de ferramentas comunicacionais na relação com o sujeito usuário. A partir de uma reflexão sobre o relacionamento entre homens e objetos de uso foi possível perceber como a comunicação foi potencializada a cada novo invento da pré-história às gerações passadas e das tecnologias elétricas às digitais. As invenções de objetos metodologicamente aprimorados resultaram em diversos meios de disseminação do conhecimento técnico, científico e ideológico de ideais sociais, modelos econômicos e políticos de determinados grupos. O jornal diário, idealizado pela sociedade incipiente há 200 anos, configurou-se para a divulgação do ritmo de vida cotidiano urbano e para a efetivação da comunicação com uma mídia de massa. Nasce um instrumento que legitima o dia-a-dia, retrata o verdadeiro conteúdo informacional da coletividade, ou seja, o enfoque de diversas áreas de conhecimento com penetrabilidade e flexibilidade no fornecimento de informações ao usuário das cidades através da notícia.

A configuração de um jornal impresso tem suas raízes também fixadas na invenção e na evolução da escrita, esta que é relativamente recente se comparada à outros sistemas de codificação e decodificação anteriores à ela. A escrita é derivada de diferentes regiões do mundo no desenvolvimento independente de várias formas de representação da fala em um período de tempo indeterminado. Há milênios, anteriores à era cristã, já havia tecnologia de construção tipográfica empregada na escrita como dos egípcios, com sua escrita pictórica; como da região da mesopotâmia, com a escrita *cuneiforme*, gravações em forma de cunha em lâminas de barro; como dos chineses, com a escrita de natureza técnica ideográfica e repleta de significados, como dos maias na península do Iucatão (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993).

Com criações harmoniosas e equilibradas o alfabeto grego foi adaptado pelos romanos na Itália devido a necessidades do latim. O conhecimento e a cultura foram rapidamente difundidos pela escrita que com características romanas foi adotada em toda a Europa e em outras regiões do mundo. O marco para a escrita ocidental é a normalização, em 789, que estabeleceu os padrões da escrita conhecido como *carolínea*, por Carlos Magno, o então primeiro governante do Sacro Romano (NIEMEYER, 2006). Dentre os padrões estabelecidos por Magno estavam diferenciações entre caixa alta e baixa assim como o uso de espaços brancos entre as letras e palavras até hoje utilizados.

Com a escrita inventada, a sociedade passou a ter domínio sobre o tempo como registro e a produzir múltiplas formas de expressar suas ações comunicativas, registradas em documentos com insígnias codificadas e impressas. Ao final da Idade Média, século XV, a escrita já se tornara quotidiana com a produção de livros feitos pelos copistas, assim chamados os monges que desenhavam cada exemplar nos mosteiros da igreja romana. A tecnologia das letras e seu papel como registro contribuiu para a configuração da notícia impressa e conseqüentemente o aparecimento do jornal. A união da imagem com as palavras escritas se tornara um salto na comunicação.

Nas antigas sociedades, até o século XV, era mais evidente a exploração de imagens e rituais devido aos índices de analfabetismo altos. Neste período o que não podia ser anotado devia ser lembrado, e o que devia ser lembrado devia ser apresentado de maneira fácil de se apreender (BIGGS; BURKE, 2006, p. 19). Com influências anteriores da técnica de representação visual neste mesmo período de transição social os rituais se transformaram em oportunidades para a transmissão de fatos em forma de notícias. O aparecimento do teatro nos séculos XVI e XVII na Europa, ou mesmo com sua reestruturação ao molde romano antigo e sua caracterização como mídia tornou-se ainda mais intenso o uso de rituais como mensageiros de informações às populações dos vilarejos ou pequenas cidades. Além do mais neste período as pessoas acreditavam que os rituais fossem parte de uma celebração divina e que traziam o bem-estar, prosperidade e promoviam mudanças no mundo.

Junto a estes rituais agregados a festas populares apareciam em grandes quantidades em todas as partes do mundo manuscritos oficiais e não oficiais. Os manuscritos populares era um retrato da difusão dos meios interativos com o

barateamento das tintas e instrumentação gráficas e expressavam aos leitores os mais diversos assuntos como cartas de amor, divulgação de festas e assuntos relativos ao círculo social. Os manuscritos oficiais, por exemplo, a *Carta Para a Grande Duquesa*, de Galileu Galilei que circulou por toda a Europa sob a forma de manuscrito até ser impressa em 1636 discutia a relação entre a ciência e a religião (BIGGS; BURKE, 2006). Outra forma de manifestação popular são os manuscritos da sociedade francesa satirizando toda a corte real de Luis XV no início de 1700, já no fim de seu reinado. Cerca de centenas de livros não oficiais, produzidos clandestinamente circulavam pela Europa na primeira metade do século XVIII. Corporações bem organizadas com estrutura de uma editora e logística de distribuição já eram realidade neste período de mudanças. Esses fatores contribuíram para a disseminação do fato em forma de notícia e o jornal foi se revelando articulador de uma nova representação social, do espetáculo diário. A flexibilidade foi se tornando cada vez mais parte da notícia e das publicações e estas efetivas na construção de uma linguagem comunicativa e cada vez mais estreita entre os manuscritos, o material impresso e a padronização gráfica no surgimento dos periódicos.

A notícia é o ponto de partida para o aparecimento da imprensa popular e do jornal impresso. O conceito de opinião pública visível nos dias atuais e que influencia diretamente na compra e no consumo da informação/produto teve seu início ao final do século XVIII quando começaram as primeiras manifestações do jornal moderno e da cultura da representação gráfica. A visualidade dos fatos já era conhecida e antiga, por exemplo, as estátuas dos imperadores romanos que suscitavam a comunicação e a propaganda do líder. Tais estátuas influenciaram a imagem iconográfica de Cristo e a igreja bizantina utilizava o alfabeto para pregar o evangelho junto às imagens cenográficas criadas para ilustrar trechos da bíblia. Outro exemplo são as tapeçarias do Ocidente (Grã-Bretanha) e do Oriente (Pérsia) entre os séculos X e XIV com as ilustrações de fábulas e histórias estampadas com uma narrativa visual. Muitas outras manifestações sociais antigas de caráter informativo e em diferentes partes do mundo influenciaram os procedimentos de produção e leitura contemporâneas da notícia. Os autores Asa Biggs e Peter Burke (2006) relatam tais representações ou manifestações populares como sendo importante para a construção de um universo midiático contemporâneo. De acordo com os autores os jornais retratam os rituais medievais, os espetáculos em torno de

um acontecimento e toda a estrutura cenográfica combinadas para representar a notícia.

O emprego da técnica e de símbolos escritos para a leitura tornou-se generalizado há dois séculos. Acompanhando esse processo, a alfabetização de massa somente ocorreu com a invenção da imprensa ou mesmo quando esta se tornou popular. O início da era da evolução gráfica da comunicação foi a impressão, em 1456 na Alemanha, da Bíblia de Mezarino, por Johann Gutenberg, com a tecnologia dos tipos móveis em prensas primitivas de madeira. A prensa não era novidade para Gutenberg. Como já era utilizada pelos gregos para espremer uvas e outros derivados agrícolas, ele apenas aprimorou-a junto à tecnologia do papel e das tintas criando o tipo móvel fundido e os primeiros meios práticos de impressão.

O progresso cultural e urbano proporcionado pela revolução das tecnologias de impressão, com a reprodução de múltiplos exemplares de documentos, periódicos e livros, agregou à educação e à cultura o acúmulo de informações de aprendizagem e ensino, além de registros históricos fundamentais para a evolução científica, filosófica e política da existência humana. Camargo (2003) descreve que a invenção de Gutenberg foi associar e otimizar um conjunto de sistemas, isto é a prensa e os tipos móveis, revolucionando o progresso tecnológico com o acúmulo do conhecimento. Segundo o autor:

Numa Europa [...] onde a urbanização se acentuava, o sistema produtivo prenunciava a transformação das corporações em unidades pré-industriais (das obras únicas à produção em série) e ocorreria uma enorme expansão cultural... a prensa de tipos móveis representou uma revolução. (p. 11).

Um século e meio depois da invenção de Gutenberg, na Inglaterra, a imprensa popular apareceu como forma de produto impresso e com notoriedade social. Os primeiros periódicos impressos eram denominados *corantos* e noticiavam assuntos políticos publicados regularmente e com tiragens ampliadas pelos tipos móveis. Nascia a imprensa, o jornal como mediador público e a serviço da comunidade urbana, um objeto político no qual simbolicamente representava o indivíduo e sua experiência cotidiana. A imprensa popular seria um objeto de agregação social e de intervenção pública que noticiaria fatos nos países europeus e nos países em desenvolvimento. Devido ao seu conteúdo informacional, o jornal foi estabelecido como o principal referencial político de uma sociedade ocidental em

transformação, um instrumento poderoso para classes dominantes como também poderoso para o proletariado alfabetizado.

A configuração urbana foi fortalecida pela comunicação impressa desde que esta se tornou uma parte inseparável e aceita por todas as instituições políticas, econômicas, religiosas, educacionais e familiares da sociedade ocidental. As mudanças causadas pelos processos gráficos e pelo jornal foram inseparáveis da formação do mercantilismo e toda tecnologia empregada em fabricação, transporte, produção de matérias-primas, transações econômicas nos novos mercados explorados que culminariam na Revolução Industrial do século XVIII.

No cenário urbano do século XIX o papel do jornal tornou-se visível e um importante meio para a formação de uma consciência social. A emergência dos jornais diários e sua transformação em um produto multimídia é o resultado da união da representação gráfica e das técnicas de redação edição e publicação editorial. Aliado aos outros meios de comunicação também em emergência como o rádio, o cinema e o telégrafo, bem como a tecnologia da fotografia em cores, o jornal representou um dos principais meios de comunicação baratos, de fácil produção e um objeto da imprensa popular mais difundido no início do século XX. Segundo DeFleur e Ball-Rokeach (1993), o jornal formou-se de uma estrutura institucional já fortalecida pela tecnologia e ciência capaz de exigir do meio impresso elementos de representação popular adequada à sociedade. O jornal se transformou em instâncias entre experiência social, descobertas e noticiário de um mundo urbano para todos os cidadãos e também um importante padrão de organização e estilo de vida que seria um modelo para os outros veículos de massa que viriam posteriormente.

O primeiro veículo verdadeiramente de massa, segundo os autores, foi um jornal de um tostão, *Penny Press*, da cidade de Nova York, em 1830. O jornal de um tostão só foi possível devido aos interesses privados em financiar a nova mídia e o barateamento dos processos de impressão e tecnologia empregados no produto. Sua repercussão mundial não somente influenciou outros veículos de comunicação como acelerou o ritmo das atividades comunicativas do homem enquanto ser social e coletivo. DeFleur e Ball-Rokeach (1993) afirmam que o governo e a autoridade central nos países europeus determinaram a forma do desenvolvimento da imprensa. Esta característica é observada pelos autores concluindo que “quando as pessoas comuns desempenham papéis significativos na determinação de seu

próprio destino político, a distribuição de notícias e de opiniões políticas é um processo importante” para a formação da comunicação e para o desenvolvimento tecnológico da indústria gráfica (p. 65-66). Os autores completam que:

Antes de uma imprensa de verdade poder se desenvolver, era necessária uma série de vastas mudanças sociais na sociedade ocidental. Os papéis políticos em mudança do cidadão comum... também foi notado o crescimento do mercantilismo, que conduziu a padrões novos de estratificação social e ao surto da classe média. A esses pode-se acrescentar o necessário aperfeiçoamento da tecnologia da impressão e do papel, que acelerou seu ritmo com os progressos mecânicos do início da revolução industrial.” (DEFLEUR/BALL-ROKEACH, 1993, p. 67).

No Brasil, no início de 1800, com a vinda da família real portuguesa veio também a tecnologia da tipografia trazida por Antônio Araújo de Azevedo (CAMARGO, 2003, p. 19). Em 1808 foi criada a Impressão Régia e no mesmo ano, em 10 de setembro, o primeiro jornal brasileiro: *A Gazeta do Rio de Janeiro* (1808 – 1821) que de início era semanal e logo passou a sair três vezes por semana. Outro jornal também editado no Rio de Janeiro pela Impressão Régia que se destacou na formação da imprensa brasileira é *O Patriota* (1813 – 1814) que tinha sua diagramação ainda típica de livro como mostra a figura 1.



FIGURA 1 – Primeira página do jornal brasileiro *O Patriota*, de 1813, Rio de Janeiro, com sua diagramação seguindo um padrão gráfico de livro.
Fonte: Camargo (2003, p.21)

As poucas máquinas de impressão que existiam no começo do século XIX no Brasil eram de empresas que editavam jornais e revistas mais importantes como o *Diário de Pernambuco*, fundado em 1825. Na segunda metade do mesmo século a mídia impressa começou a se destacar na vida intelectual dos brasileiros com um grande público consumidor de jornais, devido às novas condições sociais de desenvolvimento e alfabetização da população (figura 2).



FIGURA 2: Os periódicos nacionais mais importantes do fim do século XIX e do início do século XX. Fonte: Camargo (2003, p. 49)

O jornal *O Estado de S. Paulo*, fundado em 1875 com o nome de *A Província de São Paulo*, muda seu formato editorial e nome com a direção de Júlio de Mesquita na República. Mesquita estabeleceu uma relação comunicativa direta com os outros veículos e agências internacionais, além de ter adotado vários pontos de venda do periódico no país.

O *Jornal do Brasil*, fundado em 1891 no Rio de Janeiro, que foi dirigido por Rui Barbosa, se tornaria um dos mais importantes periódicos da época no país. Seu concorrente do mesmo período é o *Correio da Manhã*, do gaúcho Edmundo Bittencourt, fundado em 1901 com novas idéias para a sociedade da pequena burguesia sediada no Rio de Janeiro além de um bom jornalismo nacional e internacional urbano. Outros jornais cariocas de caráter público social e político apareceram como *O Trabalho*, em 1902, que era voltado à classe de operários e o jornal *O Paiz*, em 1909 destinado às classes dominantes. Em 1911, também no Rio de Janeiro ocorreu à primeira edição do jornal *A Noite*, fundado por Irineu Marinho,

que seria a semente do império de comunicação do complexo *Globo*. Os periódicos se multiplicaram em um curto período de tempo e, ao final da década de 20, já existiam importantes jornais diários no cenário brasileiro como *Imprensa*, *O Tempo*, *Diário Popular*, *Diário do Povo*, *Diário de Notícias*, *Manhã* e *Avanti*. Em 1925 o jornal *Diário de Pernambuco* completara seu centenário com a publicação de um livro de impressão e acabamento refinados organizado por Gilberto Freyre, intitulado *Livro do Nordeste*, que afirma o papel e a importância do jornal no regionalismo cultural (CAMARGO, 2003, p. 50).

Então, com o aparecimento do jornal impresso surgiu também um complexo editorial que até hoje é um grande, se não o maior, detentor e articulador de informações noticiadas em blocos, cadernos, editorias e conteúdo factual apresentados para um público leitor fiel e participativo diariamente. As transformações sociais, os acontecimentos importantes para a história, o dia-a-dia, são retratados pelo jornal a partir de sua concepção. Além de conter material técnico e científico da investigação social o jornal estabeleceu o princípio de liberdade de imprensa, tornando-se uma arena para o debate público, partidário e político. O jornal diário, portanto é um instrumento moderador de uma sociedade e é nele referida toda a estrutura informacional de uma época, desde seu aparecimento.

Ary Moraes (1996) acredita que a característica principal do jornal é sua interface com o leitor, seu modelo de produto editorial que sobrevive até hoje como formador de opinião pública. Para o autor isto acontece devido ao desenvolvimento visual do periódico, sua dinâmica de abordagem da informação e a confiabilidade do leitor conquistada através dos anos. A notícia dada como informação no jornal faz parte de um complexo comunicacional que representa e forma o meio ambiente das relações sociais e de convivência. Uma reflexão sobre a importância do jornal diário o coloca como produtor cultural e assume uma identidade social. Esta relação simbólica com seu usuário faz com que o jornal necessite de adaptações constantes para se adequar ao leitor, que por representá-lo, torna-se um veículo moldado pelo seu público ao mesmo tempo em que o usuário legitima uma identidade imposta na leitura do periódico. Portanto o autor esclarece:

Vale destacar que os jornais impressos, como qualquer outro produto da cultura dos homens, sempre refletiu o estado das sociedades de onde vieram. Isso fica claro na edição dos assuntos abordados – reflexo da ideologia dominante e dos grupos que a defendem – e no próprio processo

de produção dos diários, que destaca o estado tecnológico da sociedade em que foram produzidos. (MORAES, 1996, p. 81).

Segundo Rodrigues (1993) a origem de grandes centros industriais e o aumento dos centros urbanos culminou em inovações tecnológicas e ideológicas que iriam transformar uma sociedade artesanal e agrícola em uma sociedade urbana romântica e imperativa de consumo. Ainda assim a comunicação não foi reinventada e sim popularizada, segundo o autor, houve uma aproximação do homem com seu habitat e com sua verdadeira existência coletiva. Fatores diversos na sociedade contribuíram para a evolução de um público leitor nas cidades como o desenvolvimento das áreas de conhecimento e o acesso aos periódicos proporcionado pelas tecnologias da indústria gráfica.

Dentre as mídias de massa existentes está o jornal diário responsável pela formação da imprensa popular e de maior influência sobre a opinião pública. Pode-se considerá-lo como sendo um objeto de produto e serviço, que por excelência, transmite um universo de informações através de um sistema de códigos e símbolos específicos determinados na cultura de representação do real da experiência humana cotidiana. A configuração do jornal contribuiu para a linguagem gráfica ser a principal maneira de informar o fato e comunicar uma idéia apresentada em textos e imagens impressas nas páginas. Com a origem da comunicação visual impressa com a utilização dos prelos no século XVII se multiplicou a divulgação dos meios tecnológicos devido à hibridez dos fatos em forma de notícia impressos nas páginas das primeiras manifestações do jornal. Era a grande revolução da comunicação, uma nova maneira de informar o texto jornalístico. Tal configuração necessitava de profissionais e procedimentos, métodos de administração e modelos a serem desenvolvidos, principalmente para o aperfeiçoamento do jornal como produto gráfico e linguagem estética.

1.2 Design e Tratamento Estético da Página

A dependência da originalidade, do estímulo visual e plástico é fundamental para apresentar ao consumidor uma identificação, uma definição e uma decisão no ato do consumo das informações. Portanto, pode-se definir um objeto industrial e seu caráter informativo devido ao seu alto grau de complexidade funcional e estrutural. Esta definição da indústria, no início do século XX, já estava entre as

atividades ligadas à arte, à comunicação como a imprensa e a atividade gráfica que fomentaram a modernidade e ampliaram espaços para a divulgação de um novo estilo de vida com os novos meios e modelos de consumo. Ao mesmo tempo as atividades industriais e projetuais se tornaram efetivas e quotidianas neste início de século. O aparecimento do off-set aplicado por George Mann, em 1906 permitiu a modernização dos parques e experimentações visuais na página impressa, como a utilização da cor (VILLAS BOAS, 1998). Os artistas, movimentos de vanguarda modernistas, jornais e revistas utilizaram os recursos propiciados pelas tecnologias gráficas e romperam com a tradicional maneira de representação clássica e estética do produto editorial.

Outro fator que contribuiu para a propagação da arte gráfica editorial foi o aparecimento dos manuais de estilo de composição ou catálogos tipográficos que começaram a circular em grande quantidade nos anos de 1890. Geralmente incluíam procedimentos do trabalho, padrões e convenções para a aplicação e composição do texto. A obra inglesa Hart's Rules for Compositions and Readers, da Universidade de Oxford, teve sua primeira edição em 1893 (JURY, 2006) e posteriormente, teve sua edição revisada e ampliada. A importante contribuição de tais edições para a indústria gráfica incipiente foi catalogar e reunir num só volume as experiências tipográficas, as famílias de tipos gráficos além estruturação do texto com normas de diagramação e divisão de colunas na página. Neste final de século também já havia algumas manifestações de editoriais como diferenciações entre título, corpo do texto, emprego de capitular e assinatura na página; além de ilustrações decorativas e laterais funcionais estabelecendo um padrão visual para a página e área de leitura.

No ano de 1898, John Southward's publicou o manual *Modern Printing: a Handbook of the Principles and Practice of Typography and Auxiliary Arts*. Esta obra influenciou todo o padrão utilizado para a composição editorial como a valorização da imagem para a construção da notícia jornalística. Conseqüentemente com as publicações de catálogos houve um aumento da disseminação do conhecimento industrial gráfico e as regras estabelecidas para a redação do texto e manipulação da imagem pela imprensa. Os jornais desta época utilizavam os recursos dos novos modelos de editoração tipográfica e das novas impressoras. O avanço industrial, experiências de composição e tendência para os aspectos visuais do texto permitiram aos periódicos refletirem estilo, arte, qualidade, grafismo e principalmente

estabelecerem um alfabetismo visual coletivo dos procedimentos de uso e leitura da informação na página de um jornal. Estabeleciam-se, neste período de novidades tecnológicas, soluções para os problemas de peso e funcionalidade, de equilíbrio e de legibilidade entre forma e conteúdo editorial.

Nos primeiros anos de 1900 as artes gráficas assumem um caráter técnico de origem prático-funcional influenciando alguns grupos criativos e redutos europeus de artistas e arquitetos de vanguarda modernista. Um dos primeiros movimentos surgidos neste período é o Art Nouveau, um estilo que levou a consolidação do design gráfico como diferencial de planejamento, de projeto e fixou a página impressa com a elaboração de formatos de letras e de marcas comerciais. Os artistas gráficos, desta época, tornaram a comunicação visual mais dinâmica com a paginação, layout e a criação de modernos cartazes, bem como a utilização do jornal como veículo informativo para seus experimentos. O movimento foi caracterizado pela utilização de formas curvilíneas ou sinuosas, tornou-se um estilo marcado por um exagero gráfico e também pelo renascimento de alfabetos antigos e ornamentos. Segundo Pevsner (1994), estabeleceu-se com o Art Nouveau a transição entre o historicismo clássico e o Movimento Moderno, neste aspecto pode-se compará-lo ao Arts and Crafts, na Inglaterra do século XIX, ambos pretendiam renovar o artesanato e as artes decorativas junto ao desenvolvimento tecnológico e gráfico.

O movimento cubista teve início em 1907 e com pouco tempo de existência teve influência determinando o design como o principal elemento no processo criativo. Os cubistas não só modificaram o curso da pintura, escultura e design como também influenciaram diretamente no futuro da página impressa e da comunicação. De acordo com Allen Hurlburt (2002) uma das principais características deste movimento era o abandono da ilusão tridimensional com a utilização da pintura bidimensional, além do uso de letras estampadas ou gravadas que abriu novas possibilidades para a tipografia. Uma outra característica era a geometrização das formas para a concepção das obras e uma visão simplista da arte gráfica.

O Futurismo, que teve início em 1909, foi um movimento de vanguarda que também influenciou na evolução da página com uma visão mais dinâmica da realidade. A principal fonte de criatividade dos futuristas estava nas letras e na comunicação, até então em constante mudança através dos novos meios e mídias em desenvolvimento como o jornal em fase de expansão e de grande aceitação

popular. Era a sugestão de uma nova estética adequada à era da máquina com a utilização de uma comunicação mais funcional e informativa, sem rodeios ou adornos desnecessários a leitura de tipos. Os padrões estabelecidos por estes movimentos ditaram sucessivas técnicas de comunicação visual impressa que, para o público leitor transformaria a página legível e satisfatória no uso de suas informações.

O Dadaísmo, outro movimento de vanguarda modernista, pretendia revitalizar as artes visuais com a quebra de algumas regras estabelecidas pelo Cubismo e sua representação racional. Foi iniciado em 1912, mas teve um período curto e seu fim em Weimar, Alemanha em 1922 (HURLBURT, 2002). Perdurou mais como um estado de espírito para as artes visuais com seu caráter niilista com a exploração de seus absurdos gráficos e incongruências chocantes. As contribuições do movimento mais importantes para o design gráfico foi o uso dos tipos como uma nova experiência visual e cognitiva. Este movimento despertou no design moderno o fato do chocante e surpreendente serem fatores importantes para a superação da apatia visual da época.

Nas décadas de 20 e 30, do mesmo século, o design passou a influenciar positivamente sobre a comunicação e passou para uma posição de destaque na composição gráfica. Os artistas das artes aplicadas, neste período, tiveram suporte de diversas áreas de conhecimento e principalmente da aplicação do projeto gráfico sugeridos por alguns movimentos de vanguardas modernistas como o Surrealismo, Art Decó e De Stijl. Hurlburt (2002) descreve esses movimentos como inovadores e contestadores dos movimentos anteriores de possibilidades criativas na página com uma resistência a simetria e ornamentos derivada das novas idéias tecnológicas da produção gráfica. Segundo o autor o Surrealismo contribuiu para certa ordem e enfoque das mensagens visuais adotando o tema do simbolismo e imprevisíveis justaposições. Os designers somaram grandes benefícios com o Surrealismo como a utilização de formas gráficas abstratas e estreitas ligações com as reações emocionais e os estímulos do inconsciente. No Art Decó, um dos principais movimentos influentes para a arte contemporânea, os artistas gráficos fogem da simplicidade da apresentação e da funcionalidade da forma. A importância do movimento para a paginação e layout foi fazer uso dos espaços em branco e linhas de composição com destaque de títulos em negrito. A tipografia era bem elaborada com letras cheias e extremidades e cantos de complicado desenho. O nome De Stijl

significa “O Estilo” e foi um movimento que consolidou o design como diferencial e estratégico na composição e projeto. A característica principal do novo estilo era o trabalho bem elaborado dos tipos e rigorosa precisão da divisão dos espaços, o contraste entre tensão e equilíbrio, alcançados com a assimetria. A concepção formal do movimento foi resumida por Van Doesburg em 1928: “A linha reta corresponde à velocidade do transporte moderno; os planos horizontais e verticais à manipulação mais sutil, ou às mais simples tarefas da vida e da tecnologia industrial” (apud HURLBURT, 2002, p. 36).

A Bauhaus, fundada por Walter Gropius em 1919, Alemanha, teve profunda influência no design moderno. Foi a escola na qual reuniu diversos teóricos, artistas e arquitetos dedicados a preparar a sociedade para a revolução industrial. Os antecedentes históricos que demarcam a modernidade da Bauhaus derivam da Werkbund e, conseqüentemente, ao Arts and Crafts e ao Art Nouveau de Van de Velde uma vez que esta se formou pela Escola de Belas Artes e a de Artes Aplicadas, existentes em Weimar (PEVSNER, 1994). A Bauhaus unia o conhecimento científico e técnico com a prática da criatividade.

No período de Weimar (1919 a 1925) os princípios entre arte e indústria a favor da sociedade foram consolidados e seus seguidores defendiam a socialização da arte e a conservação da instância criativa. Gropius tinha como objetivo colocar um fim no separatismo entre artista e artesão e nos métodos de produção. A amplitude de Gropius para com os objetos industriais e gráficos ia além de protótipos ou esboços e pela doutrina defendida pelos ideais de Willian Morris. De acordo com Pevsner (1994) Morris acreditava na arte como espírito de unidade formal, ele foi o primeiro a compreender até que ponto os fundamentos sociais de artes estavam frágeis e decadentes desde o Renascimento e principalmente com a Revolução Industrial. Sua doutrina garantiu a sociedade o pensar racional das formas, inspiração e criatividade. Morris considerava a arte como verdadeira aquela feita pelo povo e para o povo, criticando os exageros góticos e o orgulho dos artistas. Sua concepção de arte deriva do conhecimento das condições de trabalho medieval e do historicismo do século XIX. Tinha a opinião de que era impossível dissociar arte da moral, da política e da religião. Sendo Morris um verdadeiro profeta da era moderna e sua metodologia de ensino e desmistificação da arte seu pensamento e reflexões sobre industrialização contribuíram para a metodologia da produção de caráter racional.

Gropius introduziu na Bauhaus processos e materiais tecnológicos em oficinas artesanais e teve profunda participação com importantes experiências em tipografia e no design gráfico. A escola é responsável pela institucionalização do design como área de conhecimento e também concretizá-lo como agente transformador social. Entre seus representantes e contribuintes para a escola estão Paul Klee, Wassily Kandinsky, Moholy-Nagy, Josef Albers e Herbert Bayer (DORFLES, 1972). Este grupo trouxe para a paginação e layout diferentes contribuições e importantes mudanças no paradigma do design gráfico. Uma das contribuições da Bauhaus para a construção de tipos foi a eliminação da letra maiúscula, principalmente em títulos. Isto se deve ao fato da criação de tipos mais simples e mais articulados.

A figura 3 ilustra, em uma linha do tempo, os principais movimentos de vanguarda do modernismo que marcaram a história da produção artística, cultural, industrial e gráfica com importantes contribuições para a formação do design como área de conhecimento nos anos de 1900 a 1930.

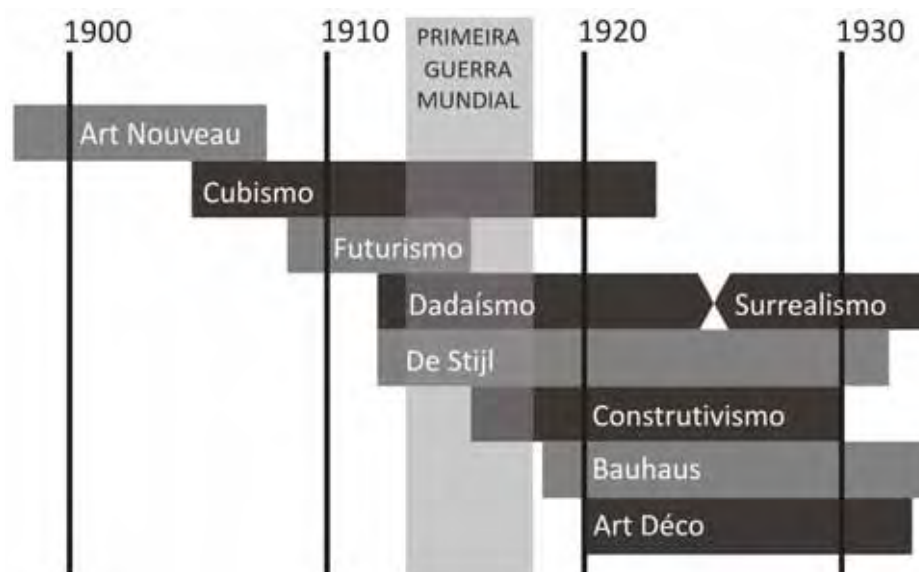


FIGURA 3 – Gráfico ilustrativo dos principais movimentos de vanguarda do modernismo que contribuíram para a formação do design como área de conhecimento.
Fonte: Hurlburt (2002, p.45)

Na década de 40 do mesmo século houve uma melhor aproximação do leitor com as ilustrações e uma maior plasticidade da página de um periódico. Os espaços brancos passaram a ter um significado marcado pela aceitação do grande público leitor do abstrato, da assimetria e da tipografia com novas expressões diretas e

simples instituídas pela Bauhaus de Walter Gropius. As páginas impressas se tornaram estruturas organizadas e ordenadas como também a plasticidade passa a fazer parte das publicações cooperando com o desenvolvimento dos jornais com o investimento comercial. Nesta década, mais precisamente em 1946, Lê Corbosier cria um sistema de design determinado Modular. Este sistema adotou a razão áurea como parâmetro e segundo Hurlburt (2002, p. 81) foi qualificado por Albert Eisten como “uma série de dimensões que tornam o ruim difícil e o bom fácil”. Com base no sistema Modular foram desenvolvidos os diagramas que serviriam como padrão da página dividida em colunas e linhas que facilitariam o dia-a-dia do jornal.

A Escola de Ulm, fundada em 1952 na Alemanha, foi uma tentativa de restabelecer os conceitos da Bauhaus e introduziu principalmente o estudo da semiótica, da teoria da comunicação, a ergonomia e a cibernética aplicados ao design. Para o design gráfico Ulm trouxe novos experimentos com os métodos de impressão, que incluíam a utilização de tintas especiais e efeitos de textura, bem como novas propostas de layout no desenvolvimento do projeto gráfico para o jornal. A Escola foi até o ano de 1968 quando seus alunos e professores influenciaram o design de várias partes do mundo como nos países americanos com Tomás Moldonado, Max Bill e Gui Bonsipe. Segundo Dijon de Moraes (1999), por defender uma ideologia, por vezes, restritiva e pela defesa de um funcionalismo extremo, a Escola de Ulm teve curta duração, porém foi de suma importância para a formação do design brasileiro.

Quando a fotografia surge no cenário editorial, no século XIX, ela era pouco expressiva e os recursos de impressão da época não ajudaram em seu efetivo uso. Foi no final da Segunda Guerra Mundial que a imprensa fez uso do universo fotográfico com caráter informativo aumentando a sensibilidade visual da notícia dada. Este fato se perdurou até a década de 60 quando os periódicos começaram a destacar o conteúdo verbal das informações transmitidas. Esta evolução tipográfica da representação verbal da notícia levou os jornais a buscarem um melhor tratamento dos títulos, manchetes e as equipes de arte no tratamento visual da página com a manipulação coerente entre imagens e símbolos gráficos como forma de aumentar a eficiência da noticiabilidade.

As últimas três décadas do século XX foram marcadas por profundas mudanças no processo comunicacional e constantes reformas gráficas nos periódicos. A valorização dos aspectos visuais no jornal se torna evidente e os

principais periódicos do mundo se reorganizam em função de um projeto gráfico editorial buscando a melhora na interface da página com o leitor. Segundo Lessa (1995) as vanguardas modernistas construtivas do século XX inspiraram a alocação de uma linguagem abstrata articulada possível através de elementos geométricos simples, cálculos matemáticos e composições estéticas sensoriais homólogas ao design. Neste período de final de século a informatização das redações e o desenvolvimento da tecnologia gráfica permitiram o aumento das possibilidades em utilizar recursos visuais. A valorização gráfica contemporânea de um periódico, ao final do século XX, ofereceu novos caminhos e oportunidades para o design no avanço criativo da produção editorial. O redesenho dos jornais obteve o apoio do design como um agente multidisciplinar na inteligibilidade da relação comunicativa entre produtor e usuário da notícia.

1.2.1 Design da Notícia no Brasil

Como já descrito nesta pesquisa a história da imprensa popular e o jornal no Brasil tem aproximadamente 200 anos. À medida que a sociedade brasileira cresce com o meio urbano representando modernidade, a indústria gráfica avança tecnologicamente com a ampliação de seus parques. No início os impressos eram um pouco mais voltados para periódicos e para publicações simples. O *Jornal do Brasil*, no Rio de Janeiro, é o pioneiro do século XX na utilização do sistema de impressão rotativo em impressoras de nome *Marioni*, utilizando os primeiros clichês em *zincografia* no país (CAMARGO, 2003). Essa novidade tecnológica proporcionou ao periódico soluções visuais e resultados gráficos que revolucionou o layout de página no país com o emprego de um melhor tratamento dos títulos e intertítulos divididos em colunas. O jornal *O Estado de S. Paulo* também inovou no mesmo período com seu parque gráfico e novos modelos de composição utilizando páginas pré-planejadas em blocos e divisão de assuntos, espaços publicitários e diferenciações entre manchetes, títulos e corpo da notícia. A importância da tecnologia envolvida na produção do papel também foi outro fator que colaborou para o desenvolvimento da indústria gráfica e da imprensa brasileira. Em 1920 eram dezessete fábricas no país que já produziam o próprio papel destinado à imprensa, não dependendo mais de importação da matéria prima nem do próprio suporte. Com o avanço das tecnologias de impressão tipográfica e processos de produção gráfica

o Brasil começou, neste mesmo período, a inserir no universo editorial de periódicos o talento de artistas e designers para a elaboração da página. Os jornais e revistas passaram a ter tiragens aumentadas e se popularizaram como principal expoente de comunicação de massa.

Na primeira metade do século XX o complexo de um jornal diário passou por várias transformações no emprego da tecnologia industrial e na utilização da arte gráfica para garantir a qualidade do produto e na busca da melhor maneira de transmitir a informação desejada. As experiências entre verbal e visual resultaram em uma profunda mudança e alterou o universo editorial do jornal diário a partir de então. O processo de comunicação passa a ser caracterizado pela objetiva manipulação de elementos visuais na página, que são tidos até os dias atuais, como eficazes para o processo de leitura. O papel do designer nos periódicos, a partir deste meio século no qual a complexidade editorial se tornou realidade, foi a de garantir eficiência no layout e de que todo o conteúdo na página se relacionasse de forma harmoniosa juntamente com o projeto gráfico, para transmitirem com clareza à notícia.

Mais precisamente após a Segunda Guerra Mundial é que o jornal brasileiro tem maior influência na formação intelectual da população e a primeira página passa a ser uma vitrine do conteúdo do periódico com a utilização de fotos e a fragmentação da notícia dividida em blocos. A figura 4 ilustra o aumento da utilização da foto na década de 60 e a primeira página como um resumo do conteúdo interno do jornal, uma técnica utilizada até hoje pelos jornais. Os jornais, *Última Hora* e *Jornal do Brasil* utilizavam, neste período, o processo tipográfico de impressão e o *Jornal da Tarde*, do grupo *O Estado de S. Paulo*, iniciou a utilização do off-set como o processo gráfico próprio para o jornal e com melhores resultados de impressão. Este fato levou ao aumento das tiragens diárias e ao barateamento do produto sendo imitado posteriormente pelos outros jornais nacionais de grande tiragem. Como ainda não havia institucionalizado o ensino do design gráfico no Brasil os artistas e autodidatas da época é que geralmente se envolviam com a diagramação e composição dos jornais. Era a concretização da integração entre arte e processo de produção editorial brasileira.



FIGURA 4 - A renovação gráfica na grande imprensa nacional na década de 60. Nas fotos as primeiras páginas dos jornais *Última Hora*, *Jornal do Brasil* e *Jornal da Tarde*.
 Fonte: Camargo (2003, p. 112-113)

A tipografia empregada como identidade e o cálculo do texto, isto é as diferenciações entre os tipos como cálculo dos espaços para a notícia no diagrama, passou a ter importância na era moderna influenciando o sentido de leitura, a simetria e a lógica linear no layout (AGUILERA, 2005). O moderno desenho das páginas sugeriu que se dividissem os espaços em módulos métricos para distribuição das matérias e garantisse o processo de leitura da notícia na página. A modulação no desenvolvimento dos periódicos facilitou as soluções de problemas gráficos no layout e a busca do impacto visual.

Até meados de 1950 não existia no país nenhum curso destinado apenas ao ensino de artes gráficas e design gráfico. Somente em 1951 que foi criado um curso de nível superior no Instituto de Arte Contemporânea, que funcionava no Museu de Arte de São Paulo. Nessa mesma época e lugar foi criado também a Escola Superior de Propaganda. A proposta era a criação de profissionais que trabalhassem uma linguagem de comunicação com signos próprios e uma leitura universal. Esse embrião de renovação de linguagem visual iria culminar na criação em 1963 na Escola Superior de Desenho Industrial, no Rio de Janeiro. Seria a primeira escola oficial dedicada ao ensino do design. O papel que estas escolas de arte e design tiveram no Brasil da segunda metade do século XX foi a experimentalidade, novas composições gráficas que correspondessem aos anseios

de uma sociedade moderna. Falava-se em Bauhaus, Ulm, padrões DIN¹ e tipografia. Formaram-se profissionais que influenciariam na industrialização gráfica brasileira e ajudaria a estabelecer o design gráfico como profissão. Foi neste cenário de revolução gráfica e tecnológica que o designer começou a atuar diretamente junto à imprensa.

A partir da década de 70, no século passado é que o design consolidou-se como um eficiente e diferenciado conceito trabalhado no periódico editorial. Diversos setores da imprensa como os jornais, as revistas especializadas e as TVs já haviam se estruturado às mudanças visuais impostas pelas novas tecnologias. O jornal impresso e suas reformas gráficas que sucederam são marcados por um período de mudanças voltadas para a criatividade no projeto editorial permitindo um diálogo instigante com o leitor. Uma característica particular do jornal foi que neste período ele passou a ter uma grande fatia do bolo publicitário (FERREIRA JÚNIOR, 2003, p. 74) do mercado editorial. O *Jornal da Tarde*, de São Paulo, que no início dos anos 70 passou a ser matutino se notabilizou em focalizar sua atenção na apresentação estética da capa distante da representação gráfica comum aos demais periódicos. Eram evidentes as reformas dos jornais neste período de mudanças refletidas principalmente nas capas, nas quais muitas vezes dispensava o uso de textos e manchetes para somente transmitir a notícia com a utilização de uma imagem (figura 5). O jornal norte americano USA Today, em 1982, foi um dos primeiros a se destacar no mundo e no universo da notícia com uma metodologia voltada principalmente na transmissão do conteúdo em dados visuais com a maior utilização de gráficos, ilustrações e infográficos². Este modelo de estruturação do jornal unindo o projeto editorial ao projeto gráfico foi bastante difundido e seguido por vários jornais brasileiros. O USA Today também foi precursor em utilizar o *lead editorial*, não somente na capa, mas em todos os segmentos do jornal (MORAES, 1996). A combinação de alguns elementos visuais na página reforçou a adaptação do jornal contemporâneo aos novos modelos de comunicação proporcionando velocidade e agilidade na recepção da notícia.

¹ Esta é uma padronização do formato de papel que foi estabelecida, em 1911, pela Associação dos Engenheiros Alemães visando economia e mão-de-obra. O formato DIN (Deutsche Industrie Normunque) consiste em um sistema métrico de uma série harmoniosa de modelos.

² Utilização de elementos visuais para a construção de gráficos ou mesmo para a informação noticiada.

Na década de 90 do mesmo século os jornais brasileiros já eram premiados no mundo com o avanço do design gráfico na produção jornalística. Com um destaque para o *Correio Brasiliense*, do Distrito Federal. Este jornal, aos moldes do *Jornal da Tarde*, também utilizou com maior frequência a produção de capas-pôsteres e realce aos recursos visuais tendo conquistado, em 1999, o “World’s Best-Designer Newspaper” um prêmio de excelência internacional (FERREIRA JÚNIOR, 2003). Outras características das inovações gráficas brasileiras sugeridas neste período pelos jornais foi uma redução, ou mesmo uma reestruturação dos elementos informativos na capa, maior eficiência visual e ergonômica do produto e maior contraste entre os tipos com uma diagramação simples e prática, no uso de cores e no uso do *lead* editorial resumindo o conteúdo da notícia (AGUILERA, 2005). A imagem 5 mostra a evolução dos periódicos no tratamento gráfico visual da capa nas últimas décadas do século XX feita pelos periódicos *Jornal da Tarde* e *Correio Brasiliense*.



FIGURA 5 – Evolução gráfica dos periódicos a partir dos anos 80 do século passado. A primeira imagem da figura é a capa do *Jornal da Tarde* do ano de 1982 e a segunda imagem de 1994. A terceira e a quarta imagem são das capas do jornal *Correio Brasiliense* do ano de 1998.
 Fonte: Ferreira Júnior (2003, p. 98, 104, 108 e 109).

A figura 6 ilustra um exemplo de comunicação visual aplicada ao jornal brasileiro e a revolução gráfica editorial estabelecida no periódico *Folha de S.Paulo*. Na figura, a primeira capa ainda com o nome de *Folha da Noite*, de 1921, configura uma poluição visual dos tipos e a falta de signos visuais; a capa de 1967 já com a fotografia muito utilizada no cenário editorial e a capa de 2002 com a moderna configuração de página e a utilização de poucos elementos no diagrama. O

periódico *Folha de S.Paulo* é marcado por uma evolução do projeto gráfico editorial voltado à indústria cultural. As reformas da *Folha* são importantes para a evolução do jornalismo impresso para o século XXI no que diz respeito à segmentação da notícia, identidade visual funcional e dinâmica aplicada aos cadernos e, sobretudo no conteúdo jornalístico.



FIGURA 6 - A evolução gráfica da primeira página do jornal Folha de São Paulo, capas das edições de 1921, 1967 e 2002 consecutivamente.
Fonte: PRIMEIRA PÁGINA (2006, p. 13, 101 e 229)

Como formadores da opinião pública o jornal diário fez uso das tecnologias de impressão e do valor informacional da arte no projeto editorial como um dos principais agentes comunicacionais. A evolução da imprensa moderna levou o jornal também a colaborar no fomento e difusão do design gráfico como um agente cultural, sendo a mídia uma forma de experimentação e divulgação dos conceitos entre arte e indústria. Com a utilização do design na página houve um estreitamento de relações entre o universo editorial e leitor o que garantiu a adaptabilidade visual da mídia e sua massificação. O design gráfico institucionalizado como área de conhecimento suscitou um padrão de legibilidade, um campo que determinara valores estéticos, técnicos e funcionais para a complexidade da produção da notícia.

No desenvolvimento do produto editorial os elementos morfológicos que constituem a mídia e os signos visuais representados na página de um diário devem ser manipulados num caráter estratégico. Somente assim é estabelecida uma relação comunicativa entre produto, conteúdo e leitor; efetiva-se a comunicação e o consumo da notícia no jornal. Bruno Munari (1997, p. 54) afirma que “a arte é um fato mental cuja realização física pode ser confiada a qualquer tipo de meio”.

Segundo o autor a comunicação visual aplicado à página de um periódico deve ser coerente ao seu público leitor quando se trata da divulgação de uma informação jornalística. O profissional de arte na equipe editorial de um jornal se responsabiliza pelas técnicas gráficas para transmitir a informação com objetividade, codificação unitária e evitar interpretações ambíguas com estilo e criatividade. Munari completa:

Se a imagem usada para certa mensagem não é objetiva, tem muito menos possibilidade de comunicação visual: é necessário que a imagem usada seja legível para todos e por todos da mesma maneira; caso contrário não há comunicação visual, aliás, não há nem mesmo comunicação. (1997, p. 8).

O design estruturou e redimensionou os espaços da página do jornal diário contribuindo para tornar a informação jornalística legível e mais atrativa para o leitor através da criação e desenvolvimento de um projeto gráfico editorial e que este permita uma distribuição ordenada dos elementos constitutivos na área impressa como cabeçalho, imagens, boxes, infográficos, linhas, colunas e títulos conjugados à notícia. O objetivo principal do design de página em um jornal diário é otimizar a informação disponibilizada no veículo impresso e garantir uma comunicação ágil e veloz de que tanto necessita o usuário contemporâneo.

1.2.2 Construtivismo e Neoconcretismo de Amílcar de Castro

Construtivismo é o termo designado para o movimento de vanguarda russa de um grupo de artistas expressionistas reunidos em torno de Wassily Kandinsky na Alemanha e do De Stijl que agrupou Piet Mondrian, Theo van Doesburg que estavam envolvidos em pesquisas abstratas e o suprematismo por Kazimir Malevitch, em 1915 na Rússia (HURLBURT, 2002). Os experimentos do grupo de Mondrian deram origem ao Neoplasticismo, em 1917 na Holanda, no quais os artistas pregavam a abstração geométrica, formas simples e cores puras no trabalho artístico. Esta nova linguagem plástica, em defesa de um ideal universal, tinha como características principais a rejeição do espaço tridimensional pictórico e das curvas e a proposta de uma nova ordem da informação visual de pureza da informação gráfica. A arte e o manifesto neoplasticista era divulgado principalmente na revista De Stijl e para o construtivismo significou um apoio da filosofia da arte com espírito libertário e crítico na representação social.

Num ambiente revolucionário entre a antiga União Soviética e a Alemanha a origem do movimento construtivista propunha a socialização da arte e uma nova consciência cultural e política da produção industrial. O objetivo do construtivismo é a liberdade na criação com a utilização de fotomontagem, da colagem e tipografia nas artes aplicadas. O ideal construtivista foi muito influente para a formação da arte e do design moderno que inclui as experiências artísticas cubistas e a produção experimental da Bauhaus. Com a separação do grupo russo pelo exílio de seus integrantes houve uma grande influência de suas idéias na configuração do design em outros países, destacando o Brasil como precursor do movimento na América Lática, ou mesmo por ter uma identidade própria e uma nova linguagem gráfica autêntica e inovadora.

Max Bill vai explorar e defender processos matemáticos à composição artística e a autonomia da arte. Ele é o principal responsável pela entrada desse ideário plástico na América Latina (TELES, 1978) com a exposição do artista em 1951, no Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand - Masp e no mesmo ano na 1ª Bienal Internacional de São Paulo. A partir de então novas tendências construtivas serão exploradas no país.

Segundo Teles (1978), em seus escritos sobre as vanguardas e o modernismo brasileiro, na América Latina em geral e no Brasil no período pós 2ª Guerra Mundial, o construtivismo esteve presente para a formação de uma identidade nacional. Dentre os movimentos observados no país com influência do vanguardismo russo está o concreto de São Paulo (Grupo Ruptura) e no Rio de Janeiro (Grupo Frente). A investigação paulista do concretismo é centrada no conceito de pura visualidade da forma, o grupo carioca opõe-se ao paulista com maior articulação entre arte e vida e uma maior ênfase na intuição como requisito fundamental do trabalho plástico e artístico. O programa concreto parte de uma aproximação entre trabalho artístico e industrial que propõe renovação dos valores essenciais das artes visuais, por meio da geometria, produção industrial e com maior funcionalidade abstracionista. Em 1952, em São Paulo, os irmãos Augusto e Haroldo de Campos e Décio Pignatari editaram a revista Noigandres os quais formaram o grupo Ruptura com influência direta do De Stijl, da Bauhaus e da Ulm. No Rio de Janeiro, em 1954, o Grupo Frente tem como teóricos os críticos Mário Pedrosa e Ferreira Gullar. O grupo concreto carioca prega a experimentação das todas as linguagens, justaposição de elementos e maior utilização de recursos gráficos. Seu

fundador é Aluísio Carvão e dentre seus membros estavam Décio Vieira, Lygia Clark, Lygia Pape e Hélio Oiticica (TELES, 1978).

O neoconcretismo é estabelecido com o manifesto de 1959, que reuniu Amílcar de Castro, Ferreira Gullar, Franz Weissmann, Lygia Clark, Lygia Pape, Reynaldo Jardim e Theon Spanúdis. O movimento de ruptura concreta é contra as ortodoxias construtivas e o dogmatismo geométrico, defendem a liberdade de experimentação e o retorno às intenções expressivas da subjetividade. Como resultado houve a expressiva recuperação das possibilidades criadoras do artista com novos modelos e uma aproximação entre artista e processo de trabalho.

Os princípios do manifesto concreto e neoconcreto afastam da arte qualquer conotação lírica ou simbólica. O artista, manipulador de signos e portador da informação, terá maior autonomia para expressar-se no seu trabalho ou mesmo caracterizá-lo com uma identidade própria. Os objetos derivados desta relação verdadeira são definidos por eles mesmos, sem outras conotações, uma visão mais cética da natureza material e uma maior liberdade na criação e composição. Os grupos discutem pesquisas sobre percepção visual informadas pela teoria da Gestalt como também a defesa da integração da arte na sociedade urbana. Segue um trecho do manifesto Neoconcreto assinado por Amílcar de Castro em 1959:

A expressão neoconcreto marca uma tomada de posição em face da arte não-figurativa – geométrica (neoplasticismo, construtivismo, suprematismo, escola de Ulm) e particularmente em face da arte concreta levada a uma exacerbação racionalista... Propomos uma reinterpretação do neoplasticismo, do construtivismo e dos demais movimentos afins, na base de suas conquistas de expressão e dando prevalência à obra de arte sobre a teoria. (Manifesto assinado por Amílcar de Castro, Ferreira Gullar, Franz Welssmaner, Lygia Clark, Lygia Pape, Reinaldo Jardim e Theon Spamidis, e publicado no Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, em 22 de março de 1959, apud TELLES, 1978, p. 346).

Amílcar de Castro (1920-2002), designer, escultor e poeta foi um grande colaborador para a criação de uma identidade gráfica brasileira. Nascido em 1920, Paraisópolis, Minas Gerais, muda-se para o Rio de Janeiro em 1952 e por influência de Max Bill faz a diagramação das revistas A Cigarra e O Cruzeiro e em 1953 realiza sua primeira escultura concretista. Em 1957, inicia a nova diagramação do Jornal do Brasil com uma proposta de um layout mais estruturado e elaborado graficamente num diagrama pré-estabelecido. Amílcar passa para a experimentalidade gráfica no periódico com um maior tratamento visual dos elementos na página. Ele cria um

novo conceito de layout, limpo, sem fios, vinhetas e maior aproveitamento do espaço branco. A evolução gráfica desencadeada por Amílcar possibilitou a combinação de diagramas entre as páginas, a modulação geométrica, a variação de fontes, de pesos e interposição das *grids editoriais*³. Na figura 7 as duas primeiras imagens mostram as capas do *Jornal do Brasil* por Amílcar de Castro, primeira página do periódico JB, de 1956, antes da reforma gráfica e a primeira página, de 1959, depois da reforma de Amílcar; e, na mesma figura, uma página do projeto editorial da *Folha de S.Paulo* “Jornal de Resenhas” que marca a criatividade e ousadia de Amílcar na diagramação e design de página.



FIGURA 7 - Primeira página do periódico *Jornal do Brasil*, de 1956, antes da reforma gráfica e depois da reforma por Amílcar em 1959; e página *Jornal de Resenhas*, Discurso Editorial de 14 de julho de 2001, nº. 76, paginada por Amílcar.
Fonte: Aguilera (2005, p. 105).

Em 1959, Amílcar de Castro assinou o manifesto neoconcreto brasileiro. O artista idealizou o suplemento dominical do *Jornal do Brasil* na divulgação do movimento destacando a construção geométrica, a ousadia e o jornal como a grande mídia articuladora de idéias (AGUILAR, 1994). O artista foi um grande poeta das formas que transmitiu suas habilidades criativas nos diagramas das páginas do jornal, transformou a linguagem editorial e inseriu nos periódicos arte e expressão gráfica. Amílcar é um dos grandes personagens que representa o Brasil em vários

³ Linhas guias invisíveis, isto é não imprimíveis, que guiam o paginador na aplicação dos elementos visuais e textuais na operação do software gráfico.

países europeus e latinos, destacando suas esculturas e artes gráficas presentes em importantes galerias.

Como no Jornal do Brasil, Amílcar participou intensamente do processo de produção de uma linguagem sempre nova, avançada e com simplicidade geométrica de distribuição de informações gráficas. Informações estas que revolucionaram o projeto editorial brasileiro e a produção gráfica nacional. Sua contribuição nas artes plásticas, literatura e experimentações gráficas têm alto valor expressivo, poético e histórico. Para o design foi um personagem que lutou para o fomento desta área de conhecimento como agente manipulador da informação gráfica na imprensa e no relacionamento direto da redação com o departamento de arte gráfica do jornal.

1.3 Novas Mídias e Novos Cenários

A comunicação é uma ferramenta usada para legitimar o discurso e é tida, na contemporaneidade, como um instrumento mobilizador e provocador de efeitos cognitivos universalmente experimentados. Desde o século XIX a Revolução Industrial moderna alterou profundamente a organização social como internacional e a centralização de uma esmagadora relação entre os povos e suas culturas, especificamente urbanas, em favor da produção em série de uma nova ideologia comunicacional. Hoje essa comunicação é instantânea, interativa e veste o cidadão de informações visualmente transmitidas e decodificadas por ele, possibilitada pelos novos e incipientes meios digitais de produção e consumo cultural através de dispositivos virtuais.

A era da informação, assim determinada pelos teóricos, indica a fragmentação e a sobreposição de imagens para os processos de comunicação e design que provoca mudanças significativas no paradigma social. A velocidade e o imediatismo dos novos modelos *infoviários*, assim denominados os dados e sinais transmitidos via computador na captação de sinais, tem um efeito na produção e na leitura da notícia. Nas corporações jornalísticas contemporâneas há a constante necessidade de adaptações tecnológica e estética com o uso cada vez mais intenso de um sistema visual pré-determinado e da construção de índices gráficos para facilitar e deixar mais prazerosa a leitura de um periódico.

As inovações tecnológicas convergidas para o universo digital historicamente mudaram os paradigmas das relações humanas e realimentaram a

indústria editorial com a otimização dos recursos estruturais, evolução do parque gráfico com máquinas inteligentes e interativas, armazenamento e qualidade gráfica no desenvolvimento do trabalho. Além da interatividade, as novas tecnologias proporcionam a velocidade no transporte e deslocamento, facilidade na captação da notícia, integração entre texto e imagens, amplitude de recursos visuais, aplicação sintática e semântica de novos elementos e modelos de comunicação. Os processos de produção, distribuição e uso da notícia foram alterados significativamente na digitalização das plataformas de trabalho num processo unificador, em tempo real. Por outro lado, o jornal perde leitores mais jovens devido ao aparecimento da internet e ambientes on-line, o que obriga a equipe de um jornal impresso à adaptação aos novos modelos e a criação de um maior número de imagens a serem processadas nas páginas pelo usuário. Segundo Castells (1999):

[...] o que mudou não foi o tipo de atividades em que a humanidade está envolvida, mas sua capacidade tecnológica de utilizar, como força produtiva direta, aquilo que caracteriza nossa espécie como uma singularidade biológica: nossa capacidade superior de processar símbolos. (p. 111).

Os processos de desenvolvimento social e industrialização sofreram radicais transformações com o advento do computador. Nas artes gráficas não é diferente. O computador é a própria representação e materialização do pensar e dá possibilidades reais de um mundo virtual e imaginário. Os veículos de impressão se adaptaram rapidamente às novas tecnologias e seus profissionais passaram a operar os computadores interligados em redes. As plataformas de trabalho digitalizadas superam os conceitos anteriores de trabalho em velocidade de transmissão de dados e armazenamento da informação. Possibilitam um produto final satisfatório e de qualidade gráfica superior em menor tempo e custo.

Segundo Batista (2002) o papel da inovação tecnológica indica a transição da produção em massa de bens de consumo e serviços rumo às redes *telemáticas*⁴, flexíveis e interativas, alterando toda a estrutura de concepção empresarial e relações de trabalho. Em 1985, houve um aumento da potência dos terminais e computadores com a micro eletrônica; em seguida, na década de 90, houve a evolução das telecomunicações; nos últimos anos do século XX, as novas

⁴ Segundo Rodrigues (1993) redes telemáticas são as novas mídias eletrônicas e digitais, que ampliam a capacidade do homem de comunicar-se através de dispositivos informacionais, isto é, uma sociedade interligada e conectada através de meios virtuais.

tecnologias proporcionaram a otimização dos sistemas on-line e da malha da internet. As redes telemáticas foram entendidas como um sistema de comunicação multiforme formado por diversos pontos de acesso interconectados de forma híbrida, democrática e fluida que estão em constante movimento e evolução.

Batista aponta que o design industrial sofre digressões em países periféricos, isto é, em países em vias de desenvolvimento e sujeito ao domínio cultural, tecnológico e industrial de consumo de países centrais com valores dominantes. Esta problemática pode ser resolvida com o incentivo ao uso do design como instrumento de busca por uma identidade nacional, busca de valores sociais associados às tecnologias digitais de produção e consumo. O que acontece como mostra o autor é a centralização de grandes empresas e corporações transnacionais em suas capacidades de absorver mercados e se manterem ativas. Este sistema de união empresarial e investimento tecnológico provocam a eliminação de pequenas empresas em diversos setores produtivos.

Este fato é confirmado pelo atual cenário do universo editorial. O investimento tecnológico de grandes empresas editoriais e gráficas trava uma disputa desenfreada em busca de novos mercados consumidores. Neste cenário de revolução midiática somente as empresas que se atualizarem com investimento tecnológico nos parques gráficos, instrumentos de planejamento, estratégias de comunicação e design que visam à qualidade do produto e o serviço prestado ao leitor, é que irão sobreviver à mudança e a crise da indústria impressa. O autor completa que:

“Naturalizando a competição e os desequilíbrios econômicos destacam mudanças na base técnica, bem como na conformação de bens e de produtos. As inovações tecnológicas são interpretadas como elementos de diferenciação de estratégias econômicas. Seriam responsáveis pelo êxito empresarial.” (BATISTA, 2002, p. 4).

O aparecimento da televisão, da telefonia, do vídeo e mais recentemente da internet fez com que todos os jornais diários buscassem novos mercados e estratégias editoriais que viessem a responder positivamente perante a velocidade no transporte da informação da vida contemporânea.

1.4 Design como Moderador Social

A filosofia explica que a relação do homem com o objeto é traduzida na forma simbólica. O ser humano evolui de acordo com a cultura da informação dada através da experiência com signos construídos e objetivados a um significado atribuído. A pluralidade é uma característica necessária para a compreensão e interpretação do universo representado. Portanto, a articulação e experiência do produtor/usuário dos elementos que configuram o objeto legitimam e elucidam o problema da objetividade dentro de uma multiplicidade e diversidade de formas simbólicas possíveis. O design é utilizado como fator determinante na construção da imagem do objeto e é base para o fomento da cultura e de experiências no ato do projeto. É voltado para identificação de prazeres fisiológicos, sociais, psicológicos e ideológicos vivenciados durante o uso (NIEMEYER, 2003). Sua principal responsabilidade é dar voz e personalidade ao desenvolvimento do objeto do signo, sua identificação, significados e leitura.

Segundo Ariel Porta (2002), toda forma de contato com o real necessita de uma mediação, de natureza simbólica e variável, mas com mesmo grau de validade e possibilidades. Os significados atribuídos ao objeto são de acordo com seu caráter simbólico e utilitário. O designer tende a encontrar e determinar procedimentos e métodos para sua construção, isto é *enformar* o objeto, no sentido etimológico da palavra.

O designer é um colaborador para o bom funcionamento da comunicação da notícia com a manipulação consciente e objetiva do conteúdo editorial programado e na aplicação de técnicas informacionais de representação visual disponíveis para a configuração da mídia. Os procedimentos e adaptações a serem tomadas diante dos novos meios e recursos gráficos para a produção do jornal diário são extremamente importantes para uma interface adequada ao usuário e principalmente para sua sobrevivência no mercado editorial. Ainda segundo Porta (2002, p. 143) “a enformação, isto é, a constituição do objeto acontece por um processo de simbolização na medida em que consiste em outorgar sentido a um dado sensível”. Com o conhecimento e a aplicação de técnicas visuais e de representação gráfica editorial o designer tem como objetivo transformar a linguagem aplicada à página em uma linguagem comum a todos, possibilitando assim a interlocução entre notícia, veículo e leitor.

A característica relevante do design industrial é o fato de incluir à produção qualquer projeto destinado a uma operação mais complexa como a criação de um produto, uma marca, uma imagem adequada à funcionalidade e expressão. No objeto de design, com uma mensagem atribuída ao produto pode ser definido seu caráter informativo de acordo com sua complexidade funcional e estrutural que nesta relação há a dependência da originalidade, gerando o que se chama “novidade” fundamental para apresentar estímulo ao consumo.

Segundo Moraes (1999) a definição de design proposta em Veneza, em 1961, pela International Council of Societies of Industrial Design (ICSID) “o design industrial consiste em projetar a forma do produto, isto é, integrar e articular todos os fatores que de um modo ou de outro participam do processo constitutivo da forma do produto. E, mais precisamente, se refere tanto aos fatores relativos ao uso, à fruição e ao consumo individual ou social do produto - fatores funcionais, simbólicos ou culturais - quanto àqueles relativos à sua apropriada produção - fatores técnico-científicos, técnico-construtivos, técnico-distributivos” (MORAES, 1999, p. 85).

Por este ponto de vista, o autor eleva o design como atividade projetual que transforma uma população exigente e qualificada em países via de desenvolvimento. Na verdade design atinge todos os aspectos relacionados ao ambiente humano condicionado pela produção industrial, fornece os subsídios para o desenvolvimento industrial e fomenta bases informacionais relativas ao produto. O Design Industrial está dividido em duas áreas distintas, porém correlacionadas: design do produto e design gráfico. O design gráfico surgiu para sinalizar o tempo e espaço cultural nas ações criativas e artísticas do homem referentes à produção gráfica. O Programa Brasileiro de Design – PBD (1995), em uma definição do conceito do design pela Council of Industrial Design – ICSID (1961) afirma design como uma atividade criativa cujo objetivo é determinar as propriedades formais dos objetos produzidos industrialmente. Estas propriedades não devem atender apenas as características exteriores dos produtos, mas as relações estruturais e funcionais que fazem de um ou sistemas de objetos uma unidade coerente do ponto de vista do produtor como do consumidor.

Em outras palavras o design gráfico é sujeito e objeto de um discurso que espelha a condição visual humana. Ele produz, contribui e realimenta a cultura ao qual se está inserida. Villas-Boas completa que:

Design gráfico, tal como o conhecemos, é uma atividade expressamente comunicacional que nasce da necessidade de, num ambiente de massas, agregar valores simbólicos a determinados bens, sejam estes concretos ou não. (2002, p.19)

O design gráfico propôs à sociedade do século XX novas possibilidades criativas e conceituais e um maior diálogo entre o verbal e o visual. A operacionalidade do design fica à cargo de elementos visuais para a inserção em produtos e serviços ou mesmo idéias e padrões de comportamento agregando a estes valores hegemônicos ou não-hegemônicos mediante domínio do código simbólico dos públicos à que se destinam os produtos. A complexidade desta dinâmica cultural de consumo determina os fatores quantitativos (dimensão territorial ou abrangência da audiência), quanto qualitativos (o grau de mediação da esfera pública entre o grau de relação das mercadorias consumidas e seus valores).

Portanto, é evidente o papel ideológico e de produtor cultural assumido pelo design gráfico, para dar sentido e formar a identidade social, ele legitima e idealiza a contemporaneidade de produção e consumo de informações. Ainda segundo Villas-Boas (2002, p. 26) a interdisciplinaridade torna possível o manejo de referências teóricas de áreas correlacionadas como a comunicação, a arte, a antropologia, entre outras de maneira orgânica e permitem que o design gráfico seja determinado como disciplina específica além de ser o principal viés metodológico.

O autor Mário Wolf (1999, p. 24) diz que “a sociedade de massa é, sobretudo a consequência da industrialização progressiva, da revolução dos transportes e do comércio, da difusão de valores abstratos de igualdade e de liberdade”. Segundo o autor são três linhas abordadas pelas teorias de comunicação e leva em consideração a oscilação do referente, isto é, o objeto destas teorias: a primeira linha é o *mass mídia* que por sua vez é constituído pela segunda linha com os *meios de comunicação de massa* e outras vezes pela terceira linha constituída pela *cultura de massa*. O indivíduo, ou o *mass mídia*, passa a assumir uma identidade homogeneizada diante da massa, sendo a informação abstraída do canal comunicativo. Portanto a mensagem transmitida pela mídia é de mesma intensidade lida para todos os indivíduos, mesmo que estes não tenham nenhum contato ou laços sociais.

O jornal é representado como o principal expoente dos meios de comunicação, enraizado na sociedade como símbolo de informação verdadeira e popularizado com um nível de credibilidade inigualável. A influência do jornal e de

outros meios comunicativos de massa nos indivíduos define uma relação de apenas um ideal comum, mesmo estes indivíduos possuindo diferenças culturais, políticas e sociais. O comportamento da grande massa urbana preocupada com seu bem-estar ilusório provocado pela mídia de consumo da informação ou do produto sugerido pela mídia como verdadeiro, que ignora as conseqüências provocadas por este bem-estar coletivo na transmissão e manipulação da verdade, leva ao isolamento físico e normativo do *mass mídia* que é nocivo às sociedades. Wolf completa que:

[...] a massa é um agregado que nasce e vive para além dos laços comunitários e contra estes mesmos laços, que resulta a desintegração das culturas locais e no qual as funções comunicativas são necessariamente impessoais e anônimas. A fragilidade de uma audiência indefesa e passiva provém precisamente dessa dissolução e dessa fragmentação. (WOLF, 1999, p. 26).

Portanto a preocupação dos agentes da comunicação em levar em consideração o contexto e as experiências anteriores dos sujeitos para obter uma resposta eficiente é dada através do estímulo, sendo este para garantir a interlocução da mensagem. As informações manipuladas e sucessivamente controladas pelo canal midiático, forçam a coletividade a agir conforme os moldes ditados nos organismos midiáticos.

Uma abordagem sociológica da influência do jornal e seus produtores na noticiabilidade dos fatos inferem diretamente na organização do trabalho editorial e diretamente no processo produtivo do periódico. Fatores externos como a cultura, o preconceito, os interesses políticos e econômicos dos emissores fatalmente irão conduzir as decisões, abordagem da notícia e a construção do jornal. É chamado de *gatekeeper* (selecionador) o profissional que possua autoridade na seleção dos assuntos e fontes de informação no que será noticiado (WOLF, 1999, p. 180).

A notícia é a matéria-prima do canal comunicativo e dela sobrevive o jornal diário. O que deve ser noticiado nas páginas do periódico está estreitamente ligado ao cotidiano e ao mundo real do *mass mídia*. O jornal deve, no entanto selecionar as notícias que digam a verdade, mesmo que esta seja manipulada pelo emissor, que coexista e interfira no universo de seu público leitor.

O conhecimento das técnicas redacionais, a codificação da informação e sua adaptabilidade na página pelo jornalista e equipe editorial deverão definir, dentre um universo quase infinito de fatos noticiáveis o que deverá ser destaque na página de

um diário e principalmente o grau de estímulo provocado pela informação. O que deve ser enunciado e contextualizado nas páginas de um jornal é o que deverá atingir as dimensões sociais pela mídia e tensões provocadas pela informação dada decodificadas simbolicamente pelo *mass mídia*.

Definir o que será produto informativo e com que recursos o canal trabalhará tal informação é a função de uma equipe editorial de um jornal diário. No jornal diário o design é o diferencial chave para que a notícia seja transmitida dentro de uma ordem visual. Os profissionais de arte terão a responsabilidade de transmitir nas páginas o que foi estabelecido como informação do dia e destacar as notícias mais importantes, separando-as em blocos, colunas e estrategicamente aplicar os recursos gráfico/visuais necessários para a configuração da mídia. Devido a esta complexidade estrutural e organizacional o design de um jornal produz a identidade corporativa do periódico, garante a funcionalidade das informações estrategicamente distribuídas no produto, além de objetivar a visibilidade de suas páginas e torná-las plasticamente agradáveis no ato da leitura.

2 DESIGN E FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO VISUAL

Os fundamentos do design são aqueles voltados à percepção sensorial de conforto e segurança na manipulação das formas, cores, estruturas ou padrões que garantam o processo de comunicação e dinamismo às informações. O design como processo, por ser uma área de conhecimento multidisciplinar, envolve questões relacionadas à estética, à psicologia e à ergonomia que devem ser consideradas no planejamento de um produto. O emprego das técnicas do design é apontado como o principal viés para a evolução gráfica dos periódicos na apresentação do produto contemporâneo. As técnicas consideradas nesta pesquisa são as que permeiam os recursos do alfabetismo visual para a obtenção de uma identidade gráfica no projeto editorial e no estilo de composição. Esta reflexão sobre os fundamentos do design leva ao pensar racional gráfico, à criatividade na produção e na efetiva participação do designer na configuração do jornal.

O jornal é um produto que envolve uma série de implicações simbólicas que marcam sua construção com elementos concretos e subjetivos lidos, ou mesmo emoções desencadeadas em uma página. Os elementos mais importantes de uma editoria impressa são aqueles que configuram o jornal: formato, conteúdo da mensagem, texto e imagem; e os que o caracterizam enquanto produto gráfico: projeto gráfico, diagramas, signos visuais, *grids* e tipos. Quando o design é empregado nas páginas de um periódico visando seu desenvolvimento e beleza estética há a relação dos elementos principais e estruturais com os fundamentos da comunicação visual. O designer tem o conhecimento necessário para que este relacionamento entre redação, produção e arte gráfica no processo comunicacional seja híbrido, ou seja, as informações contidas na página lidas de maneira correta em uma seqüência ordenada. Os fundamentos do design são aqueles que permitem otimizar e facilitar a organização dos elementos na página, a evolução do caráter utilitário com o emprego correto de sinais gráficos, direção de leitura e distribuição dos verbetes editoriais principais. Quando manipulados e utilizados conscientemente pelo designer as técnicas visuais produzirão na página linearidade e direção, tensão, equilíbrio e principalmente qualidade gráfica, ou seja, o sucesso da comunicação.

Segundo Max Bense (1975) o estado material e objetivo das “coisas” são as relações assumidas entre usuário/objeto versus consciência/mundo. Nenhuma relação consciência/mundo é imediata, para o autor “a consciência age e o mundo é elaborado” (p.50). Portanto, é necessária a intervenção dos “meios” referentes à ação no processo de uma mensagem visual na observação e na experiência do universo do interpretante usuário. Bense propôs a teoria estética que categorizou a criação do objeto dividida em *tendência* seguida do *experimento* e que tem a *sedução* como principal caminho a ordem e a determinação em contrapartida ao caos. Com referência na teoria da estética do objeto de Bense, a autora Lucy Niemeyer (2003, p. 45) esclarece que o conhecimento do objeto/produto determina suas funções e gera seu sentido (semiose). Esta relação é explicada em quatro dimensões: do material (hílico), da técnica ou estrutural (sintaxe), da forma (semântica) e da usabilidade (pragmático). A natureza operacional é constituída de signos, que mesmo sendo virtuais, as manifestações visuais e interpretativas de uso dão uma extensão para além do corpo humano explicado pela semiótica objetal.

O universo do jornalismo em forma de notícia prolonga o pensamento e o faz real através do dispositivo impresso. Esta representação é um simulacro do mundo a partir de um sistema de signos que são fragmentos do próprio universo. O grau de eficiência da mensagem é mediado pela utilização do canal de comunicação e o nível da informação associado à originalidade e à novidade. Os efeitos de sentido e o sucesso da comunicação dependem da previsibilidade do designer (gerador) para a interação do objeto pelo usuário (interlocutor). Em uma linguagem sincrética, formada por códigos de natureza distinta (NIEMEYER, 2003, p. 19 a 29), o designer deve levar em consideração dois processos comunicacionais: o da persuasão e o da manipulação. Somente quando o interlocutor for persuadido é que pode haver a manipulação, esta utilizada pelo gerador para que o interpretante assumira atitudes conforme a mensagem transmitida. A intimidação, a provocação, a tentação e a sedução são táticas persuasivas que levam à ação efetiva proposta pelo designer e que é necessário, portanto, que a mensagem tenha referências de acordo com o repertório que o interpretante partilha com o gerador.

O design garante o estado confortável de atendimento a determinado público refletindo seus desejos, anseios e ambições nos objetos configurados. Tomado como um procedimento metodológico o design reflete no presente uma visão do futuro assegurada pela referência da experiência passada. Atribui também ao objeto

funções determinadas que atendam as necessidades ergonômicas humanas. Aspectos essenciais do produto e sua relação com o usuário são explorados pelo designer nas funções prática, estética e simbólica.

Segundo Bernard Löbach (2001, p. 60), “criar a função estética dos produtos industriais significa configurar os produtos de acordo com as condições perceptivas do homem”. A função estética aplicada ao produto tem fator determinante no reconhecimento e no consumo da informação e se sobressai diante das outras funções. Ainda segundo o autor a estética é uma ciência das aparências perceptíveis pelos sentidos (estética do objeto) de sua percepção pelos homens (percepção estética) e sua importância para os homens como parte de um sistema (estética do valor). A estética do objeto é a característica visual e sua qualidade. Estética empírica é a aplicação da teoria estética na prática com o conhecimento das preferências do usuário. Estética do valor é a importância dos objetos estéticos para o usuário e suas normas socioculturais.

É no processo de utilização dos produtos industriais que ocorre toda práxis humana. Denotam-se ao produto certas funções pelo seu usuário através da experiência do conhecimento prévio de sua necessidade. O designer industrial configura esta práxis e dá forma ao dotar o produto com as funções adequadas para cada caso. A característica da contemporaneidade está na variedade de informações e a velocidade da comunicação na qual o leitor está sujeito. Este fato revela a extrema importância da programação visual empregada nas páginas editoriais para que a notícia seja visualmente positiva e objetivamente lida. Mensagens visuais têm uma utilidade estética que, além de ser um equilíbrio entre expressão artística e caráter utilitário, impõem ao designer o grau de objetividade em suas atividades gráficas.

Segundo Dondis (1997, p.131):

Uma mensagem é composta tendo em vista um objetivo: contar, explicar, dirigir, inspirar, afetar. Na busca de qualquer objetivo fazem-se escolhas através das quais se pretende reforçar e intensificar as intenções expressivas, para que se possa deter o controle máximo das respostas.

Ainda segundo a autora, a sintaxe da linguagem visual está em construir um sistema básico em sua aplicação de aprendizagem, identificação, criação e compreensão das mensagens visuais em diversos níveis de utilidade. Seja qual for a

substância visual básica, palavra ou símbolo, sua composição é de fundamental valor em termos informacionais. A mensagem e o método de expressá-la dependem da compreensão e da tomada de decisões para proceder e usar as técnicas visuais como instrumentos na composição visual. Deve ser levada em consideração a força maior que possui a linguagem visual e seu caráter imediato como evidência natural. Pois a manipulação das mensagens visuais na página tem um alto grau de implicações interpretativas e as regras são definidas e compartilhadas conscientemente através de uma metodologia que permite ao designer intensificar o significado através da organização do conteúdo informativo. A sintaxe da linguagem visual determina o controle da resposta através de uma metodologia disciplinar na composição e no tratamento gráfico da página. De maneira inteligente e objetiva o designer deve manipular e utilizar os recursos gráficos e expressar, através da técnica, adequadamente a manifestação visual.

O pré-planejamento gráfico, a indagação intelectual e o conhecimento sintático do alfabetismo visual são características do designer que procura soluções para os problemas de beleza, funcionalidade, equilíbrio e reforço de continuidade interpretativa entre forma e conteúdo. Com a programação visual é que se consegue dirigir com segurança o modo e o entendimento das imagens processadas, representadas visualmente como produto no meio ou na mídia determinada. Seu objetivo é alcançar o uso e o conhecimento rápido e eficaz, que a idéia, produto ou serviço seja transmitido de maneira positiva e consciente.

O projeto gráfico deve ser capaz de trazer a novidade estética, porém preservar a característica editorial e a individualidade do veículo. Deve fazer com que o produto editorial seja reconhecido e lido pelo seu público. Segundo Lage (2001, p. 6), o projeto gráfico “guarda relação com a realidade social, tanto que, em dada sociedade, podemos presumir a que grupo de leitores se destina”. Neste sentido pode ser visto como um sistema simbólico composto por elementos visuais que definem o perfil e a identidade do produto editorial. As premissas para a construção do projeto gráfico de um periódico impresso são os estudos de tipos, definição do logotipo/cabeçalho e a utilização de cores institucionais que definem a personalidade e aumentam a cognição do leitor perante seu objeto editorial. A equipe trabalha e define no projeto gráfico editorial as características dos elementos principais da notícia a serem empregados tais como título, vinheta, assinatura e origem do texto, boxes, texto legenda e crédito da foto, pés de textos, olho editorial,

intertítulo e infográfico. O formato utilizado, traços, *grids* e manchas que permitam a divisão das matérias no diagrama da página são pré-definidos pela equipe de arte editorial. A indagação intelectual e o conhecimento sintático do alfabetismo visual são características do designer que procura soluções para os problemas de beleza, funcionalidade, equilíbrio e continuidade interpretativa entre forma e conteúdo. Todos os elementos editoriais característicos da mídia devem ser transmitidos ao leitor de maneira harmoniosa e ordenados visualmente estabelecendo o reconhecimento imediato do produto nos pontos de distribuição e à objetividade da notícia na página.

O jornalista, ou a equipe editorial, além de ser o ator principal do veículo determina o grau de visualidade necessário da notícia, quais os espaços a serem reservados e os itens visuais empregados. A redação de um jornal diário também seleciona as páginas e organiza as informações. A formação de um jornalista o coloca também como possibilitado de manipular e mesmo representar a notícia visualmente na divisão e aplicação dos elementos gráficos necessários na página como na composição estético-formal do veículo. O profissional de comunicação deve ter a consciência da evolução dos processos técnicos e plásticos nos periódicos. É importante para o complexo editorial o jornalista ter conhecimentos referentes aos processos de design, principalmente voltado à visualidade da notícia e ao redesenho dos jornais diários. O papel do jornalista e seu relacionamento com a equipe de arte, principalmente com o designer lhe dará o suporte necessário na indicação de uma metodologia visual de procedimentos adequados para transmitir o significado desejado. Esta relação entre arte e informação, a relação que existe entre produto, produtor e usuário leitor da notícia, exige relacionar alguns fatores básicos que contribuem na transmissão dos dados e elementos básicos comunicacionais na página bem como a percepção sensorial do jornal. Para que a comunicação seja estabelecida e o produto editorial seja configurado com qualidade gráfico visual os verbetes editoriais terão de ser manipulados através de processos com base em fatores organizacionais e estruturais que permitam páginas expressivas.

2.1 Processos Gráficos Editoriais

Como descrito no primeiro capítulo, a experiência, concreta e neoconcreta, na diagramação de jornais tem como característica primordial a utilização do espaço em branco, a funcionalidade dos tipos e a busca por justificativas na produção de sentidos da informação. O projeto editorial, o tratamento visual da capa, a cadernização⁵, a utilização de um padrão gráfico garantem ao jornal uma leitura suave, estruturada na página e com sentido linear formado por um conjunto de informações representadas entre texto e imagem. A evolução estética da página em relação à manipulação dos elementos gráficos é precedida pelo avanço tecnológico e também pela formação do artista manipulador dos processos visuais atrelados aos editoriais.

O conhecimento prévio do designer dos princípios básicos da geometria visando o funcionalismo no diagrama da página e de representação gráfica que inspiram qualidade estética, assim como técnicas e procedimentos jornalísticos são fundamentais para a realização do produto editorial. O raciocínio lógico e objetivo diante da informação aplicada na página levam o designer à manipulação de elementos plásticos e utilitários num caráter estratégico.

Nas últimas três décadas, a revolução gráfica passou por transformações tecnológicas que configuraram uma sociedade industrial contemporânea dinâmica e interativa, superando, portanto procedimentos gráficos anteriores como a fotocomposição⁶. Entende-se como procedimentos gráficos o meio tecnológico como ferramenta de instrumentação quanto à representação bi ou tridimensional; é um caminho e modelo o qual o designer é capaz de manipular, criar, armazenar e interagir com o processamento da informação e a busca de resultados positivos em relação ao usuário. O termo *desktop publishing* significa editoração eletrônica mediante tecnologia computacional. Ele apresenta em cada nova linguagem aperfeiçoamento em vias de custos e tempo, o que é fundamental na alta

⁵ Termo utilizado para expressar a segmentação ou fragmentação de um jornal impresso diário em vários cadernos específicos. Tem como objetivo principal atender uma determinada fatia de leitores às suas necessidades com assuntos afins. Segundo Silva (2007) esta prática adotada por jornais teve início nos anos 90 do Século XX e tem suas origens no comportamento editorial de revista.

⁶ Sistema de composição a frio, isto é um processo gráfico que utiliza suporte plano. Este processo gráfico é caracterizado pela projeção de caracteres e imagens feita sobre o papel ou uma película de filme fotossensível. Após a revelação do papel ou da película, seguiam-se as operações de transporte para a chapa de impressão em off-set. O sistema de fotocomposição superou a linotipia (composição a quente utilizando alto-relevo) em meados da década de 60 e hoje é superado pelos processos digitais proporcionado pelas novas tecnologias gráficas.

competitividade do mercado. Os softwares de editoração eletrônica são programados para criação, inserção de elementos de texto e imagem e armazenar as informações aplicadas na página. Atualmente os softwares mais utilizados para a editoração eletrônica são o *Indesign* e o *Pagemaker*, ambos da *Adobe Corporation*. A preparação da arte final sofreu algumas mudanças para os trabalhos de pré-impressão e pós-impressão como o avanço e compactação de arquivos. Os formatos mais utilizado pelas saídas editoriais são o *Portable Document Format* (PDF) e o *Encapsulated PostScript* (EPS) que permitem capturar e visualizar informações sem provocar alterações na arte em sua descompactação.

O avanço do processo gráfico com a tecnologia digital, esta no início do século XXI, elimina as fases de revelação do fotolito e chapas na composição, reduzindo pela metade o tempo, serviços e materiais gastos na produção gráfica. O processo digital que sofreu o off-set na fase da pré-impressão é chamado de CTP ou *Computer to Plate*, uma máquina que envia o arquivo do computador direto para a chapa de impressão ou direto para as rotativas, eliminando algumas fases do processo de arte-finalização e pré-impressão do sistema produtivo gráfico.

A reflexão entre design gráfico e tecnologia de impressão fomenta uma participação mais efetiva do designer no departamento de arte da mídia impressa, como também no planejamento visual e gráfico relacionados ao desenvolvimento do produto jornal. O designer estrutura a notícia como também garante ao produto a eficiência dos dados transmitidos e sinalizados nas páginas. No âmbito das tecnologias gráficas aplicadas à página de um periódico o designer é um moderador que possibilita a interlocução do produto em seu sistema produtivo, isto é, a flexibilidade e a multidimensionalidade proporcionada pelas novas tecnologias. Desta forma, a utilização do design de página dá significado ao produto em sua forma de conceber, construir e consumir as novas tecnologias editoriais e principalmente a estética da convergência para mídias eletrônicas.

2.1.1 Formato e Suporte

Os formatos editoriais são padrões advindos de uma necessidade internacional da indústria gráfica para a confecção do maquinário e impressoras específicas para a produção de jornais, bem como a interface de softwares com ferramentas próprias para a abertura de páginas pré-determinadas, divisão de

colunas, área de mancha e margens já inseridas. No Brasil o formato editorial mais utilizado pelos jornais é o *standard* com dimensões de 32cm X 56cm dividido em 6 colunas, de acordo com a Associação Nacional dos Jornais (ANJ). A ANJ é membro das instituições: Associação Mundial de Jornais (WAN), Conselho Executivo de Normas Padrão (CENP) e Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (CONAR). Outros dois formatos que também são populares no país e aceitos pela agência reguladora é o *tablóide* com medidas de 29cm X 32cm comum em suplementos e cadernos especiais geralmente divide a página em 5 colunas; e o *berliner* com dimensões de 32cm X 47cm que também divide em 5 colunas suas páginas. Existe um outro formato denominado *house organs* que define o jornalismo empresarial de pequenas, médias e grandes empresas na criação de assessorias de comunicação social internas para divulgação de seus serviços e mesmo promover a interação entre os funcionários. Seria a organização da empresa através de um veículo informativo impresso que pode assumir um formato *tablóide*, *standard* ou *berliner*, sem um padrão pré-definido para sua produção.

Os padrões estabelecidos pela ANJ possibilitam para os jornais uma uniformidade, isto é a mídia pode escolher com qual formato vai trabalhar levando em consideração seu parque gráfico e conteúdo editorial. O *standard* permite uma grande quantidade de notícias e elementos gráficos por sua *área de mancha*⁷ ser maior. Os parques gráficos brasileiros e as impressoras são geralmente adaptados para este formato. Em outros países o *standard* denomina-se *broadsheet*, termo em inglês com as mesmas dimensões. O *tablóide* é geralmente utilizado por jornais com um conteúdo condensado ou de publicações semanais, geralmente gratuitas, com uma área de mancha reduzida. Este formato é o mais utilizado por países europeus e aqui no Brasil é utilizado para cadernos temáticos ou suplementos dentro dos jornais com formato *standard*.

O formato *berliner* tem uma comodidade no manuseio, mas não ainda popular ou com o prestígio do formato tradicional. O mais comum no *berliner* é a utilização de cinco colunas que anteriormente eram seis no formato *standard*. É usado por muitos jornais europeus como o Le Monde da França, El Pais, na Espanha, La Repubblica na Itália, De Morgen na Bélgica e Guardian no Reino Unido. Atualmente a tendência de mudança atinge jornais como Le Soir, na Bélgica,

⁷ Termo designado para a área imprimível no jornal. Os softwares gráficos indicam com margens, geralmente na cor vermelha de 2,5 cm, os limites para que não ocorram problemas de impressão.

Clarín, na Argentina. No Brasil o Jornal do Brasil e o Bom Dia, da cidade do Rio de Janeiro e de Bauru, respectivamente, que adotaram o novo formato, dentre outros. A figura 8, logo abaixo, ilustra as diferenças entre os formatos, divisão de colunas e medidas em centímetros.

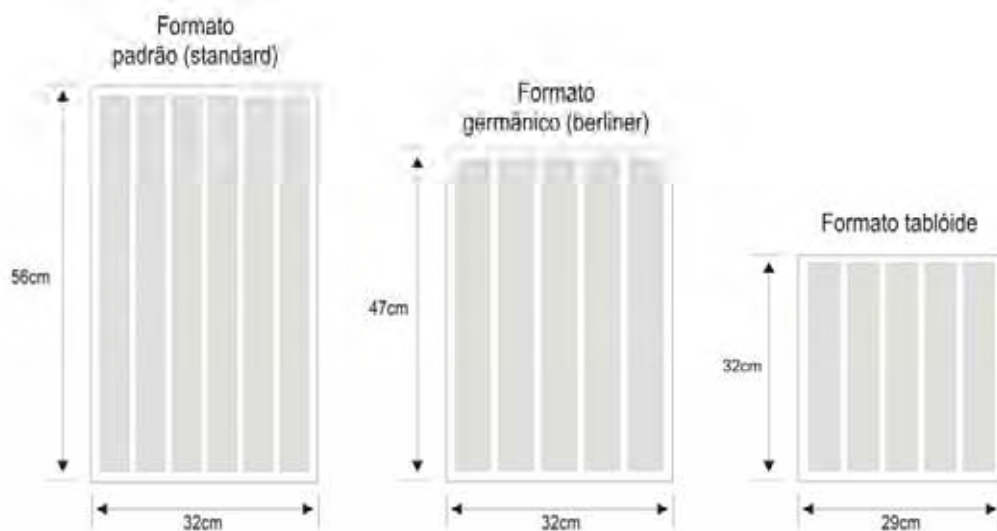


FIGURA 8: Formatos editoriais *standard*, *berliner* e tablóide estabelecidos pela ANJ.
Fonte: ANJ

No *berliner* por suas páginas serem menores o leitor tem um melhor aproveitamento da página toda em conteúdo lido em menos tempo e a leitura do jornal não é tão cansativa. A leitura no formato *berliner*, assim como no tablóide pode ser feita com os braços descansados, sem nenhuma tensão, apoiados no corpo sem produzir fadiga muscular. Para a produção do periódico no formato *berliner* deve-se adequar o parque gráfico com novas rotativas e bobinas de papel. Isso envolve uma mudança também na distribuição do conteúdo nas páginas devido à redução da área de mancha (área imprimível da página). O formato possibilita a impressão de mais páginas em menor tempo e cadernos maiores. A utilização do *berliner* aperfeiçoa o desenvolvimento gráfico e visual do produto e permite seções mais organizadas em tempo de produção, e a possibilidade de aplicação de maiores recursos da linguagem gráfica. A capacidade técnica adaptada ao formato, permite imprimir cadernos de 16 páginas, sendo quatro coloridas, quatro com duas cores e as páginas restantes em preto e branco, este processo de impressão é ilustrado pela figura 9. A figura compara os formatos *standard*, que imprime apenas 2 páginas de uma vez enquanto que o formato *berliner* imprime 4 páginas. Portanto há um grande

aproveitamento de papel e é possível aumentar o número de cadernos em cores. A redução do tempo de impressão e o desperdício de materiais chegam a 17% como ilustra a figura 10. A publicidade também deve ser adaptada às novas medidas de anúncios no formato *berliner*, mas, positivamente terá grande aceitação já que o novo formato otimiza a visão, o contraste da página e as informações visuais exibidas ao leitor, em menor tempo de consumo do periódico. O novo formato ainda não é popular aqui no país devido ao investimento no parque gráfico, como dito anteriormente, mas é uma futura silhueta no cenário da imprensa brasileira e o *berliner* precisa ser adotado pelos veículos de circulação nacionais mais importantes para que os veículos regionais possam segui-los.

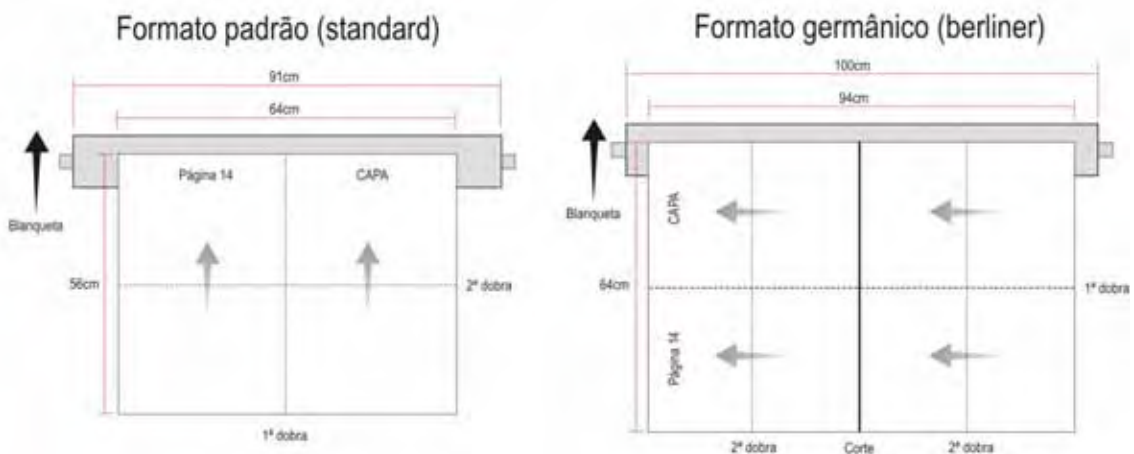


FIGURA 9: Aproveitamento dos formatos standard e berliner na bobina de papel para impressão.
Fonte: Coppi (2003, p. 50)

Formato padrão	Formato germânico	Benefícios / Redução
32 x 56 cm	32 x 47 cm	Papel
Área p/ 1 folha aberta	Área p/ 1 folha aberta	Transporte (carga)
3.584 cm ²	3.008 cm ²	Mão de obra
Área p/ 2 folhas abertas	Área p/ 2 folhas abertas	Tinta
7.168 cm ²	6.016 cm ²	Mais páginas coloridas
Economia de 17%		

Figura 10: Comparação entre os formatos e os benefícios do novo modelo editorial para jornal diário.
Fonte: Coppi (2003, p. 50)

A escolha do formato editorial será determinada pela tecnologia do parque gráfico e o recurso das impressoras. No entanto, o formato do jornal pode determinar sua linha editorial em alguns países, mas seguem as tendências e

modelos ditadas pelo mercado ou pela edição das grandes corporações como no Brasil. Portanto o designer deve se contextualizar diante das vantagens e desvantagens da aplicação dos formatos, como por exemplo, a distribuição do conteúdo nas páginas e o manuseio do leitor. O designer não tem o poder de decisão quanto à utilização e adoção destes, ele está restrito à capacidade gráfica da empresa, mas poderá sugerir e aplicar corretamente os signos visuais da notícia no padrão e formato estabelecidos.

O papel ou suporte, como é chamado no universo editorial gráfico, é importante para o desenvolvimento dos processos gráficos na obtenção da qualidade impressa. O suporte é responsável pela devida funcionalidade na apresentação visual, bem como viabilidade industrial gráfica. Suas características físicas são: gramatura, opacidade e brilho. Existem uma gama variada de tipos de papéis para cada trabalho a ser desenvolvido. Com relação ao polimento o papel pode ser áspero ou liso, macio ou acetinado nos dois lados ou de um lado só. Dentre os tipos estão o papel *couchê*, exemplo de papel polido e o papel *off-set*, exemplo de papel opaco utilizados para impressos editoriais em geral principalmente por revistas.

Os periódicos diários utilizam um papel cuja característica básica é a alta porosidade que compromete sua qualidade e produzido com pasta mecânica, geralmente de cor parda, com baixo grau de colagem e de fácil descoloração. Leva o nome de papel *jornal* e é utilizado principalmente pelo seu baixo custo e na forma de bobinas. Alguns jornais utilizam também o papel *sulfite* para a impressão do primeiro caderno e capa, ou mesmo para cadernos especiais e suplementos, este tipo de papel é mais branco, resistente e de melhor qualidade para impressão gráfica. O conhecimento do papel na composição gráfica pelo designer é importante, pois influencia decisivamente no custo e na apresentação do impresso. O procedimento de escolha do suporte pode evitar possíveis erros de editoração além de trazer mais beleza e funcionalidade para o veículo.

2.2 Técnicas Visuais Aplicadas ao Produto

O significado das mensagens visuais não se encontra nos efeitos cumulativos dos elementos básicos do produto, mas também no processo perceptivo e experimentado universalmente pelo organismo humano. Um outro aspecto é que

uma mensagem visual deve ser criada ou articulada para servir a um propósito funcional. Através de uma técnica a mensagem tem contato direto com o usuário refletindo emoções e sentimentos que vão além do meio e do significado essencial consciente para chegar ao inconsciente (DONDIS, 1997). Entretanto levar em consideração o grau de interpretação do usuário leitor pela retórica na utilização de padrões visuais envolve o emprego de uma linguagem na qual possua uma qualidade dinâmica e cognitiva que desperte forças psicofísicas que desencadearão acontecimentos e ocorrências visuais no objeto. O leitor passa a interagir tomado pela informação definida em formas, símbolos e cores na utilização de mensagens visuais.

As técnicas visuais são inerentes aos princípios do design gráfico contemporâneo que quando colocadas em prática melhoram a performance do produto na efetivação do consumo e na satisfação do uso. Os diferentes caminhos utilizados na obtenção de resultados positivos partem de forças compositivas já experimentadas e estruturadas por áreas de conhecimento e que oferecem instrumentação e metodologia projetual ao designer para intensificar a geração do sentido da notícia na página de um periódico.

2.2.1 Gestalt do Objeto

O termo Gestalt é advindo de uma Escola de Psicologia Experimental designada para atuar na teoria da forma e da expressão, em 1910, na Alemanha. Sua origem contribuiu com estudos científicos sobre percepção, linguagem, memória, motivação que possibilitam esclarecer os propósitos físicos que reagem à atenção do indivíduo ou grupo social. . A teoria da Gestalt responde perguntas sobre o estímulo visual provocado no homem na observação de um dado específico e opõe-se ao subjetivismo devido ao seu apoio na fisiologia do sistema nervoso. Num sentido mais amplo Gestalt significa uma interação de “partes” em oposição à soma do “todo”. O termo, que deu o nome à Escola, geralmente é traduzido como estrutura, figura e forma. A teoria apresenta fundamentos sobre o fenômeno da percepção visual com sistemáticas pesquisas experimentais levando em consideração o processo cerebral (auto-regulagem e estabilidade) e o processo independente (inerente à vontade ou ao aprendido).

Os pesquisadores Wolfgang Köhler e Puline Austin Adams (HENLE, 1961) concluem que o primeiro momento da observação de uma informação visual é de forma unificada, que num segundo momento, segundo os autores, o olho humano identifica os componentes individuais e básicos através do estímulo visual e de suas relações estruturais entre forma e conteúdo. No artigo intitulado Percepção e Atenção (HENLE, 1961, p. 146), Köhler e Adams afirmam que os procedimentos de leitura determinados por formas regulares são lidos com maior dinamismo do que de formas irregulares. Isso porque há a acomodação dos olhos em um eixo horizontal e vertical no ato da leitura, segundo os autores esse eixo poderá correr a mensagem na busca de mais informações. Esta procura dos olhos implicará em maior tempo para que a mensagem seja compreendida e assimilada, como também esta procura acarretará em riqueza de detalhes que despertarão o interesse do usuário. Os autores escreveram sobre a importância da distância entre as partes para formar o todo. Quanto mais próximos os elementos que compõe o todo maior é o sentido de unidade e maior será a identificação para a informação. Do contrário implica em fragmentação na qual o usuário poderá perder a linearidade textual ou visual se não houver sinalização para esta quebra.

O principal fundamento descrito por Dondis (1997) no processo de composição e leitura visual é o equilíbrio que produz uma certeza e firmeza pelo fato de existir um ajustamento entre as partes horizontal e vertical num eixo central. Como referência visual o equilíbrio estabiliza com simplicidade a coexistência de elementos por ser tecnicamente calculável. O autor denomina o eixo central como *eixo sentido* que expressa uma presença invisível, mas preponderante do ato de ver inerente às percepções do homem. Outro fundamento importante para a composição e leitura de mensagens visuais é a tensão. Este é um processo de ordenação intuitivo da regularidade ou da ausência dela que para atingir a estabilidade impõe-se um eixo vertical para analisar o equilíbrio e uma base horizontal. Na teoria da percepção o valor da tensão para a comunicação é reforçar o significado com um propósito e intenção, sua presença ou ausência é o primeiro fator compositivo na sintaxe da linguagem visual.

O equilíbrio e a estabilidade são previsíveis e empalidecem uma mensagem visual diante das polaridades inesperadas causadas pelas tensões. Na psicologia da Gestalt tais opostos são denominados nivelamento e aguçamento. O nivelamento não exige do leitor muito esforço no uso das informações distribuídas em uma

mensagem visual. A reação do observador é imediata ao nivelamento, mas, contudo a mensagem exige esforço do leitor na decodificação dos elementos na busca de um equilíbrio invisível inerente aos olhos humanos em uma informação aguçada.

O pensamento gestaltiano oferece ao design além de explicações de fenômenos cognitivos da expressão visual também uma lista de elementos básicos de uma mensagem e que constituem a substância básica daquilo que se vê. São eles: ponto, linha, forma, direção, tom, cor, textura, dimensão, escala e movimento. A escolha destes elementos é que irá estruturar a mensagem e intensificar o significado. É fundamental para o designer a compreensão destes elementos e ter assinalado o efeito pretendido para assim garantir maior liberdade e diversidade compositiva dentre recursos visuais oferecidas.

O postulado da Gestalt, segundo Gomes Filho (2002, p. 19) refere-se às relações psicofisiológicas que são definidas como “todo o processo consciente, toda forma psicologicamente percebida está estreitamente relacionada com as forças integradoras do processo fisiológico cerebral”. A análise das forças que regem a percepção da forma visual divide-se em forças externas e forças internas. Forças externas são constituídas pelo estímulo da retina proveniente da luz incidente ao objeto observado e forças internas têm sua origem num dinamismo natural explicado pela estrutura fisiológica cerebral.

A lei básica da percepção visual, segundo a Teoria da Percepção Visual da Gestalt, é a *pregnância da forma*. O termo pode ser definido, como por exemplo, um objeto de alta pregnância é aquele que apresenta uma melhor composição e clareza em sua configuração. A informação que possui alta pregnância é aquela que tem um mínimo de complicação visual na organização de seus elementos ou unidades.

Os princípios básicos que regem as forças internas de organização são as forças de *unificação* e *segregação*, isto é, as que agem em virtude de igualdade de estimulação e as que agem em virtude de desigualdade de estimulação, respectivamente. Gomes Filho conclui sobre a importância das forças que regem os princípios da Gestalt aplicados aos objetos lidos afirmando que:

Cada imagem percebida é o resultado da interação dessas forças. As forças externas sendo os agentes luminosos bombardeando a retina, e as forças internas constituindo a tendência de organizar, de construir, da melhor forma possível, esses estímulos exteriores”. (2002, p. 25)

O contraste é o principal responsável pela identificação destas forças e para a formação de unidades visuais. Pode ser obtido pela qualidade da cor, brilho ou forma, como também para a identificação e formação de unidades por pontos, linhas e planos através do *fechamento* entre as unidades constituídas do objeto observado. Todos os elementos visuais que compõem o produto têm características individuais que podem ser partilhadas ou fragmentadas em unidades informativas. O que oferece e revela ao leitor do objeto é o significado atribuído é a sua configuração estabelecida no projeto o qual são abordados, avaliados e inseridos recursos técnicos visuais necessários para o sucesso da comunicação.

A Gestalt também explora o contraste como um de seus principais fundamentos, um poderoso instrumento de expressão, o meio para intensificar o significado, e, portanto, simplificar a informação. O contraste tem a função de racionalizar, explicar e resolver as confusões e necessidades no campo visual, separando e exaltando os elementos básicos da configuração do produto. A mente e o olho exigem estímulos e surpresas, e um design que resulte em êxito e audácia sugere a necessidade de aguçamento da estrutura e da mensagem.

Como estratégia visual o contraste pode dramatizar o significado, para torná-lo mais importante e mais dinâmico. Segundo Dondis e Camargo (1997) contraste é um caminho fundamental para a clareza do conteúdo entre arte e comunicação, são eles:

- Contraste de Tom: com o tom a claridade ou a obscuridade relativas de um campo estabelecem a intensidade do contraste;
- Contraste de Cor: o tom supera a cor em nossa relação com o meio ambiente, sendo mais importante que a cor na criação do contraste. Depois do tonal o mais importante contraste de cor é o quente-frio;
- Contraste de Forma: através da criação de uma força compositiva antagônica, a dinâmica do contraste poderá ser prontamente demonstrada em cada elemento visual apresentado. A função principal é aguçar, através do efeito dramático de justaposição;
- Contraste de Escala: a distorção da escala pode chocar o olho ao manipular à força a proporção dos objetos e contradizer tudo aquilo que, em função de nossa experiência, esperamos ver. É a justaposição de meios diferentes.

O contraste, nessa busca, é a ponte entre a definição e a compreensão das idéias visuais, imagens e sensações. Na dinâmica do meio ambiente os olhos se adaptam à troca de luzes na superfície em três diferentes caminhos. O primeiro a pupila pode mudar de tamanho e o cálculo é feito nesta sensibilidade. Segundo a rápida troca da sensibilidade neural de leitura para projetar a imagem na retina. Terceiro o tempo de adaptação do olho na variação de uma troca drástica de intensidade de luz.

O contraste pode ser calculado em primeiro e segundo plano considerando a luminosidade. É absoluta a consideração da precisão relativa aos planos varridos pelo olho para depois ser unida no eixo axial. Denomina-se a adaptação da retina à intensidade de iluminação referente aos níveis observados. O atributo visual da detecção do objeto observado e a discriminação de seus detalhes são normalmente referidos como resolução visual ou acuidade visual. A acuidade visual é responsável pela definição de uma mínima separação angular entre duas linhas ou a necessidade de precisão nas superfícies.

O conhecimento teórico-conceitual é imprescindível para proceder à construção dos objetos informacionais, isto é, toda e qualquer forma passível de ser lida e interpretada, são fundamentais para análise e síntese de organização no desenvolvimento do projeto editorial. A compreensão dos fundamentos gestaltiano e o emprego de técnicas visuais na página sustentam a objetividade do produto. Os processos de comunicação se fortalecem aliados às categorias dos processos perceptivos que estruturam o conteúdo informacional de uma mensagem e estabelece limites conceituais no planejamento gráfico. A relação da mídia jornal com seu usuário leitor geram uma situação favorável aos princípios gestaltiano de unificação e segregação, isto é, as páginas de um periódico seguem o mesmo padrão visual estabelecido para uma leitura contínua e de fácil identificação. Desta maneira pode-se dizer que no jornal a utilização de elementos, entre textos e imagens representados simbolicamente podem ser programados, articulados e distribuídos na página de um diário, bem como provocar o estímulo visual adequado para o segmento editorial desenvolvido.

A teoria da cor tem seus principais representantes como Isaac Newton que em 1666, realizou um estudo sobre a refração da luz e apresentou, através de bases científicas aristotélicas, a decodificação da luz branca em sete cores principais: vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, anil, violeta. Em 1704, em sua obra *Opticks*,

Newton definiu que as cores permanentes dos corpos naturais são derivadas de uma combinação por meio da absorção e reflexão dos raios luminosos. Em 1810, Johann Wolfgang Goeth publicou Doutrina das Cores, uma teoria contestando as idéias newtonianas. Ele definiu a cor como ação da luz sobre a visão. Goeth acrescentou dois elementos na constituição do conceito cor: o sentido da visão e a sensibilidade do estímulo.

O estudo psicológico e comportamental do indivíduo relacionando à influência da cor é chamado de sinestesia adotada em diversos segmentos sociais e áreas de conhecimento. A cor impõe ao homem reações diversas como sentimento de tristeza e alegria, serenidade e agitação, ou seja, reações psicológicas peculiares a cada uma delas. Devido às suas qualidades a cor tem capacidade de captar rapidamente e sob um domínio emotivo a atenção do observador como impressionar, expressar e construir.

Na síntese subtrativa das cores-pigmento determinam-se primárias, ou seja, cores irreduzíveis, o magenta, o cyan e o amarelo. Secundárias são as cores derivadas da mistura e do equilíbrio físico das primárias. Suas propriedades podem ser divididas em três dimensões: matiz ou croma, isto é a cor em si de propriedade cromática; saturação, com propriedades da escala tonal relativa à pureza de uma cor, do matiz ao cinza; acromática, é o brilho relativo, do claro ao escuro, das graduações tonais ou de valor.

Nesta complexidade física da cor as três cores-pigmentos primárias projetadas juntas em iguais quantidades, ou seja, subtraindo a luminosidade produz o preto. A produção gráfica utiliza a divisão das cores em CMYK – cyan, magenta, amarelo e preto consecutivamente no qual são produzidas artes separadas em filmes ou chapas para cada cor resultando a impressão de uma imensa escala cromática. Este processo gráfico é chamado de quadricromia.

Segundo Guimarães (2003, p. 29) as cores desempenham funções específicas separadas em dois grupos: um que compreende as sintaxes e as relações taxionômicas com princípios de organização paradigmáticos (organização, atenção, destaque, percepção e direção) e outro que compreendem as relações semânticas (ambientação, simbolização, conotação e denotação). O autor destaca que o papel na divisão e aplicação das cores como informação está sujeito a cada grupo específico para que sejam aplicadas, como por exemplo, o correto uso da cor

para o público masculino e feminino, de caráter partidário e político e assim por diante. O autor afirma que a cor é considerada como informação quando:

[...] todas as vezes que sua aplicação desempenhar uma dessas funções responsáveis por organizar e hierarquizar informações ou lhes atribuir significado, seja sua atuação individual e autônoma ou integrada e dependente de outros elementos do texto visual em que foi aplicada (formas, figuras, texturas, textos, ou até mesmo sons e movimentos, com em produtos multimídia)". (GUIMARÃES, 2003, p. 31)

A leitura de uma página impressa passa por uma dinâmica determinada em três níveis diacrônicos: o das imagens, seguido pelos títulos e depois pelo texto em si. Esta dinâmica está vinculada na aplicação da cor com uma harmonia entre o texto jornalístico e a composição visual lhe dando suporte ou mesmo seu conteúdo puramente visual. O uso da cor pode comprometer a notícia ou mesmo causar danos à composição visual. O fato de comunicar visualmente usando a cor como referência pode trazer a dissonância, intencional ou através do erro, como a consonância entre os significados das cores usadas para informar. Portanto deve-se ter cuidado na utilização da cor como um instrumento ideológico e de caráter político partidário, o fato é que pode provocar no leitor ou mesmo no público geral um desconforto emocional e simplesmente deixar de comunicar.

Dentro dos padrões visuais estabelecidos pela comunicação as cores se sobrepõem ao texto e a forma, ou seja, devido ao seu alto grau de força semântica e clareza a cor tem um maior potencial de informação em relação aos outros elementos figurativos e discursivos. Portanto a cor é estabelecida como o principal fator de conquista e reconhecimento do leitor ao estímulo da informação noticiada em um jornal.

A inserção e a manipulação da cor nos periódicos trouxeram uma dinâmica na configuração do objeto gráfico e maior agilidade na transmissão do conteúdo editorial. Aplicada à página a cor, além de ser um dos principais fatores visuais, separa a notícia como dá funcionalidade e expressão para o produto. Sua utilização no Brasil teve início com grandes jornais na década de 70 devido ao investimento destes em parques e processos gráficos. Portanto, a percepção da cor pelo leitor é o mais emocional dos elementos visuais empregados como agentes simbólicos nas páginas. Ela pode ser usada com muito proveito pelos jornais, para expressar e intensificar a informação assim como guiar o leitor à notícia desejada.

2.2.2 Tipografia

Tipografia é uma área científica que estuda a influência estético-formal e a funcionalidade dos tipos de letra. Os aspectos comunicacionais dos tipos vão além da legibilidade do texto, eles conduzem e facilitam à leitura. O tipo também é um viés cognitivo que transmite clareza, suavidade, beleza e elegância. A importância do uso de tipos é garantir um trabalho esteticamente agradável, com significação e de fácil usabilidade.

Segundo David Jury (2006) não há nenhum padrão o qual descreva precisamente o que pode constituir estruturalmente os caracteres do alfabeto, numerais e pontuações, alguns critérios serão considerados em sua formação como os relacionados ao peso e ao caráter, que ainda terão outras variações. Por exemplo, estipular regras na alocação das letras e das palavras, o afastamento entre linhas e caracteres exprime uma textura mais leve do texto e uma textura densa quando mais próximo; o itálico que pode ser desenhado individualmente nos tipos ou mesmo com o recurso opcional, mas o efeito indicia velocidade ou aproxima-se da escrita manual; o negrito ou *bold* pode também ser característica do tipo ou efeito opcional e utilizado para o destaque visual.

A tecnologia fez uma parte importante na transformação da linguagem tipográfica fornecendo a independência e a oportunidade de experimentar. No entanto regras e convenções não mudaram o que acontece é a constante evolução da língua falada e sua adaptação visual. Desde Gutenberg a classificação dos tipos era feita de acordo com o nome da obra impressa ou o nome da família do impressor. Com a evolução da produção gráfica e com a Revolução Industrial tornou-se quase impossível a catalogação dos tipos devido a grande variedade de fontes. No início do século XX, em 1921, o gráfico francês Francis Thibaudeau, através de uma comparação geral entre os tipos, construiu uma classificação dividindo em quatro famílias básicas. O gráfico se deteve a exames detalhados da serifa⁸, da largura, da altura e da cor que deram origem à quase infinita construção de tipos, são elas: Bastão, Elzevir, Egipciana, Didot (figura 11). De construções geométricas ousadas existem mais duas famílias, Fantasia e Bastarda, catalogadas pelo francês (RIBEIRO, 1998).

⁸ Detalhe gráfico existente na base, ou pé, de algum tipo. De acordo com Ribeiro (1998) a existência ou não da serifa é que determina a origem e a classificação das famílias tipográficas. As serifas podem ser quadradas, triangulares, finas e grossas.



FIGURA 11 - Famílias dos tipos e suas características feitas por Francis Thibaudeau.
 Fonte: Ribeiro (1998, p. 56-62).

Thibaudeau propôs uma das mais simples maneiras de tentar identificar as famílias de tipos, mas ainda não há unanimidade para tal sistema e muitos autores discordam entre si para classificar os tipos. O Brasil adotou esta classificação, segundo Baer (1999), mas com algumas modificações, como por exemplo, adota a divisão em romanos para as letras com serifa; egípcios e góticos para as *blackletter*; etruscos para as sem serifa; manuscritos e fantasia; e utiliza o termo *elzeviriano* como sinônimo de romano antigo.

De acordo com Ferlauto (2004, p. 113) existem muitas outras classificações como a européia, estilo antigo, transicionais e modernos. Ainda segundo o autor a classificação dos tipos Norte Americana, com características européias sobre algumas modificações, é dividida em: *old style*; transicionais; moderno; *clarendon*; *slab serife*; glíficos; sem serifas; *scripts* e gráficos. No Brasil, esta classificação também foi muito difundida devido á influencia cultural dos impressos estrangeiros.

O tipo deve ser empregado conscientemente, pois ele determina a agilidade ótica na identificação da mensagem. Desta maneira em texto corrido e longo devem-se evitar tipos rebuscados e de difícil leitura, mas podemos usar em *olho editorial* e *capitulares* tipos clássicos fantasia ou bastarda. Também evitar a manipulação de vários tipos e de famílias diferentes evitando a poluição e a confusão visual.

O cálculo do texto na editoria impressa é a fase da utilização exata da quantidade de texto inserido no espaço da página. Existem fórmulas para calcular títulos matematicamente, por contagem de toques ou utilizando como base a média

encontrada para determinados tipos e seus corpos. Para o cálculo de texto de um espaço determinado existe um padrão que estabelece a largura da coluna, determinada em cíceros ou paicas, e a altura em centímetros.

O que regulamenta a tipografia quanto ao tratamento e a manipulação dos tipos na página de um jornal é o conhecimento, a experiência, as limitações práticas da língua e do veículo. A equipe necessita de uma normatização e medidas tipográficas impostas pelo projeto gráfico aplicado pela mídia em todas as etapas de produção para ser reconhecido e entendido pelo leitor. As responsabilidades de aplicação correta dos tipos são de todos os atores envolvidos, do jornalista, do designer, do editor e do sistema de composição, plataformas digitais e impressão. O contraste entre as formas e tamanhos da tipografia é que irá dividir a página em blocos de notícia e destacar uma informação. Os tipos aplicados nas páginas têm que efetivar a comunicação e estabelecer uma unidade de fácil reconhecimento do idioma e da identidade visual do periódico, além de seguir obrigatoriamente os conceitos de legibilidade.

2.3 Relação dos Elementos Visuais no Diagrama

No processo de representação gráfica de uma mensagem visual aplicada na página o design pode interferir na percepção e aplicação dos elementos que configuram o veículo e na ordem da leitura. O jornal trata-se de um sistema analógico e lingüístico que necessariamente irão dispor de informações visuais que deverão ser empregadas pelo editor, manipuladas pelo designer e lidas pelo usuário.

A relação entre os elementos de uma mensagem quando representados graficamente em uma página gera efeitos cognitivos que podem aguçar o significado e ajudar no processo de leitura do observador, bem como efetuar o percurso seqüencial e hierárquico das informações. Na página de um diário os elementos básicos do conteúdo jornalístico como texto e imagens são dispostos em colunas, linhas, fios, tipos que também são elementos informativos e devem seguir um mesmo princípio ou padrão lógico. No diagrama, um elemento morfológico e pré-estabelecido se encontra os componentes básicos que irão definir o tipo de publicação, características como os limites matemáticos, a modulação, os blocos, os espaços determinados para a notícia. Através do diagrama é que o compositor poderá experimentar as relações possíveis e caminhos corretos traçados pelos

elementos editoriais ou verbetes que irão compor a página. É no diagrama que se inicia o processo criativo e com base nos princípios do alfabetismo e das técnicas visuais o artista compositor poderá se assegurar quanto aos resultados positivos no processo de uso e entendimento dos dados transmitidos. Quando o objetivo for melhorar o desempenho, destacar, sinalizar, conduzir e guiar uma informação na página de um periódico através de recursos visuais o designer contribui com seus conhecimentos estratégicos e inovadores, ajudando assim na evolução do caráter utilitário do produto gráfico. O profissional de arte deve ter consciência de sua responsabilidade quando manipulados os elementos estruturais de um jornal, bem como aqueles somente visíveis para o designer, outros somente para a equipe editorial. A regra básica é ter um planejamento eficiente e capaz de reconhecer a importância da visualidade plástica e estética empregada na notícia. Para que isso seja possível o periódico deve ser provido de um diagrama inteligente organizado pelo projeto gráfico e que os profissionais de arte saibam a maneira correta de empregar técnicas visuais e proporcionar ao leitor uma relação harmoniosa dos signos gráficos impressos.

Segundo Frutiger (1999) no sentido gráfico o ponto é uma unidade visual mínima, um fragmento abstrato que indica com precisão um significado central e determina o início de uma leitura linear. O olho humano busca este centro na área observada pelo cruzamento de linhas que irão estabilizar, equilibrar e efetivar a leitura do conteúdo dentro de um período de tempo. O autor utiliza como base os fundamentos da Escola Gestalt para observar que a direção do leitor de um ponto ao outro traça uma linha imaginária que traduzida na página vai sendo construída em intervalos distintos, organizada em grupos. O traçado da linha vertical obedece a um processo mecânico diferente da linha horizontal. O campo horizontal é muito mais extenso ao sentido humano com maior capacidade ótica predominantemente nas zonas lateral esquerda e direita. Por este motivo é necessário destacar a importância dos movimentos feitos para transmitir a informação em busca de uma lógica visualmente ordenada na página de um jornal.

A relação entre as linhas e pontos de uma área observada irá produzir sensações adversas que poderão despertar caminhos determinados por diagonais traçadas pelo olho humano (FRUTIGER, 1999). A figura 11 exemplifica a relação das linhas e os possíveis movimentos proporcionados com sensações óticas visuais a partir da disposição dos elementos gráficos. No quadro "A" da figura naturalmente

o ponto de tensão existe quando há o cruzamento das linhas no eixo central e que muda o sentido da leitura quando aproximada a vertical em uma das extremidades da linha horizontal. Quando uma diagonal é traçada no sentido inferior esquerdo para o superior direito causa uma sensação de elevação aproximada da horizontal, o grau é mediado pelo ângulo de 45° imaginário entre as linhas. Aproximando-se da vertical percebe-se uma sensação de queda como ilustra o quadro “B” (figura 12). Um outro caminho semelhante pode ser observado no quadro “C” da figura que é justificado pelo hábito ocidental de leitura da esquerda para a direita, produzindo um efeito de subida e descida de acordo com o traçado. No quadro “D”, a mesma figura ilustra os possíveis sentidos de leitura assumidos pelo olho humano e que poderá comprometer a linearidade distorcendo visualmente a informação se contrariado.

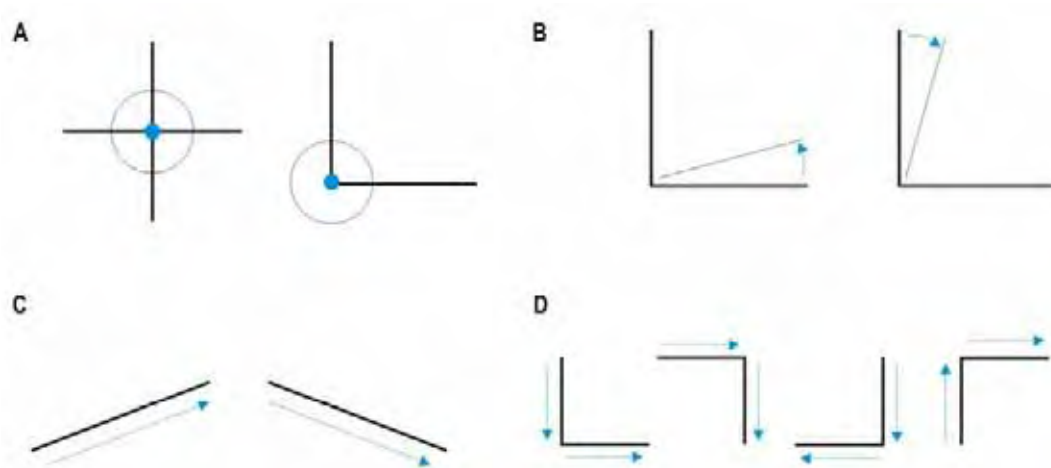


FIGURA 12 - Relação entre pontos e linhas de um plano que determinam o sentido de leitura e provocam estímulos sensoriais em uma mensagem visual.
Fonte: Frutiger (1999, p. 29-30).

Carla Spinillo (2000) esclarece que design da informação é uma área do design gráfico que objetiva equacionar os aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos que envolvem os sistemas de informação através da contextualização, planejamento, produção e interface gráfica da informação junto ao seu público alvo. É chamada de seqüência pictórica de procedimento ou *spp* uma representação ilustrada da informação em uma seqüência lógica e ordenada visualmente, no caso aplicado ao periódico editorial ou a inserção na página de infografia e elementos visuais coordenados e objetivamente aplicados. A leitura das *spps* é influenciada pela percepção gráfica bem como índices gráficos que representam ordem, procedimentos de serviço ou uso. A contribuição da metodologia projetual baseada

nos conceitos que norteiam o design da informação para o desenvolvimento de um jornal diário asseguram o respeito às normas de continuidade seqüencial da notícia e facilidade no acesso à informação desejada.

A seguir um modelo de procedimentos tomados e análise da informação para um bom resultado no desenvolvimento de uma *spp* proposta por Spinillo (2000):

- Apresentação do texto legenda, texto-corrído e/ou rótulo;
- Disposição da seqüência horizontal, vertical, oblíqua, circular e ramificada;
- Orientadores de leitura números, setas, letras;
- Elementos de separação visual espaço, linhas, bordas;
- Elementos simbólicos convenções usadas na seqüência (setas, barra diagonal);
- Elementos enfáticos recursos gráficos para chamar a atenção do leitor e/ou mostrar detalhes das ilustrações (formas e cores);
- Estilo da ilustração fotográfico, desenho, esquemático e/ou sombra;
- Representação da figura ilustrações parciais e/ou completas.

O desenvolvimento do jornal baseado na modulação e segmentação de suas páginas com o apoio de uma estrutura predefinida pelo projeto gráfico-editorial facilita a manipulação dos elementos informativos no layout e a busca do impacto visual desejado. A elaboração e planejamento da mídia seguindo os procedimentos de percepção visual e ordenação da informação, com a utilização de conhecimentos estabelecidos pela área de conhecimento do design gráfico são possíveis resolver questões de continuidade editorial, espaço e aproveitamento da área impressa.

As linhas guias ou *grids* editoriais utilizadas na composição de uma peça gráfica asseguram a posição do texto e imagens aplicadas na página. Segundo Jury (2006, p. 130) as *grids* fornecem uma base racional em que um jogo de arranjos espaciais pode ser repetido, concede ao leitor navegar seguramente nas páginas individuais e seguintes de um produto gráfico. Permite que todos os atores se envolvam em um projeto a partir de uma matriz, ou página mestra, ou em uma série mais longa ou mais complexa dos projetos, como, por exemplo, de um jornal diário.

A utilização de *grids* editoriais aumenta a eficiência da área de mancha⁹ e pré-determina os espaços tornando-se o layout altamente prático, entretanto torna-se a causa da reputação das *grids* inibir a liberdade do compositor para fazer escolhas. A influência das linhas guias pode ser vista no jornal impresso do começo ao fim. Toda a modulação e cadernização dos periódicos são baseadas em princípios e tecnologias editoriais derivadas de originais, matrizes que contem uma estrutura pré-definida de *grids* que possam acomodar e organizar os elementos. Cada original requer uma estrutura que seja específica a sua finalidade, mas deve permitir flexibilidade para a abertura de novas páginas com novas *grids*. Uma estrutura moderna e básica tem as dimensões das margens exteriores, subdividindo a página em diversos módulos menores ou em campos visuais que são separados por intervalos verticais em forma de colunas.

O jornal é marcado pela linearidade e o texto, bem como imagens e símbolos gráficos, devem acompanhar um mesmo ritmo matemático das características entre linhas guias e tipos. Os elementos empregados devem possuir um mesmo padrão visual na distribuição dos espaçamentos entre as letras e palavras, entrelinhas e principalmente no ajustamento de todo o corpo da notícia. Ajuste variado à esquerda, por exemplo, não é normalmente empregado em jornais para o texto da notícia, mas o mesmo pode ser usado em outros casos. Quando se emprega o texto justificado reforça o afastamento entre palavras e produz maior regularidade no corpo editorial benéfica ao diagramador, uma oportunidade de escolher onde reduzir ou ampliar espaços entre palavra e linhas que ajude na distribuição das colunas de texto em seu alinhamento. O alvo no ajuste textual é fornecer espaços visualmente uniformes entre palavras, letras e colunas um ideal que deva também ser apontado para a produção de um periódico no desenvolvimento gráfico de suas páginas.

Nesta busca de uma unidade formal e otimização da mensagem transmitida nas páginas de um diário os procedimentos tomados pelo designer vão estruturar o universo editorial nas questões relacionadas à visualidade da notícia. O emprego das leis básicas da comunicação visual sugere interlocução e interface adequada ao usuário leitor. Com o conhecimento e a aplicação de técnicas visuais e padrões gráficos, bem como a utilização de procedimentos básicos de estruturação do diagrama com as *grids* e dinamismo tipográfico o design na página objetiva

⁹ Área útil de impressão do layout da página que deverá ser estabelecido o campo gráfico visual pelas *grids* editoriais e margens seguras

transformar a linguagem aplicada em uma linguagem comum a todos, possibilitando assim a comunicação entre informação, produto e homem.

O pré-projeto da página, chamado de diagrama, pode ser visto como um instrumento de sinalização programada e para resolver questões de continuidade editorial na aplicação de modelos e disposições programados visualmente para o conteúdo editorial. O diagrama pode ser feito vertical e horizontalmente como mostrado na figura 13. A mistura na página destas disposições provoca um contraste e dinamiza o conjunto, as matérias tornam-se esteticamente agradáveis ao leitor e menos cansativas na leitura. Silva (2007, p. 96) determina o diagrama como a “casa” da notícia de um jornal e nos orienta para que a percepção visual possa funcionar com uma operação, pelo designer, que consiste em reunir e ajustar as informações visuais através de um mosaico que por meio de códigos visuais e léxicos específicos pretende comunicar o conteúdo das mensagens.

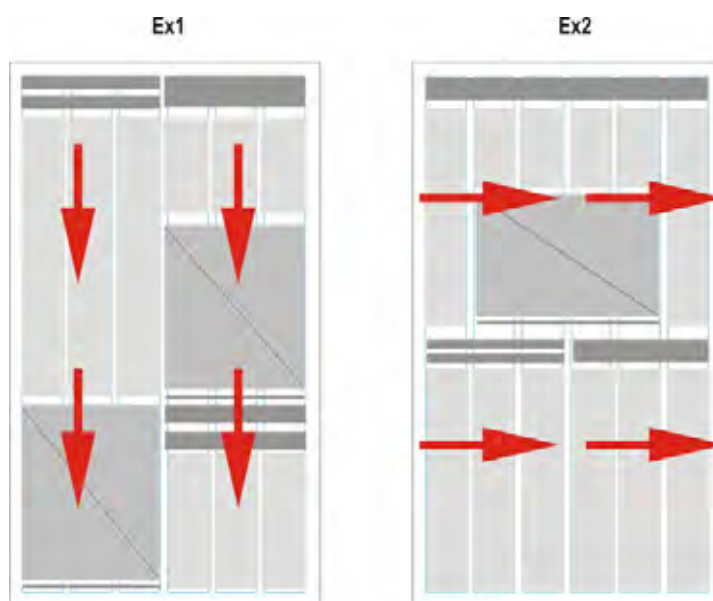


FIGURA 13 - Exemplos de diagrama com leitura horizontal e vertical.
Fonte: Marcelo Mota.

Existem diferenças entre paginação e diagramação de um jornal. O primeiro processo é o da paginação no qual são colocados os elementos gráficos pertencentes ao projeto e à identidade visual do produto. A identidade visual retratada pelo projeto de um jornal é distribuída em todo o desenvolvimento da peça, como nos cadernos e suplementos especiais, para garantir o reconhecimento das partes ao todo. Para facilitar o processo é necessário desenvolver uma página mestra que, quando utilizada, permite que alguns elementos visuais do projeto

gráfico sejam fixados em todas as páginas abertas sem alterações estruturais. Na etapa da diagramação são inseridos os elementos como textos e imagens relativas ao conteúdo editorial de acordo com os critérios pré-estabelecidos pelo diagrama da página. Devido à justaposição de elementos variados há uma prévia necessidade de serem coordenados por ordem de importância. No caso da diagramação o respeito ao projeto editorial requer cuidados na aplicação, por exemplo, dos anúncios e ícones que podem ser distribuídos seguindo uma ordem estabelecida pelo jornalista ou pela própria característica do veículo. A diagramação também consiste na organização das páginas em cadernos para a preparação dos arquivos no envio à impressão. Neste processo, chamado de pré-impressão, será casado as páginas de acordo com a numeração em uma seqüência ordenada e os arquivos transformados em extensões próprias para a confecção dos filmes ou chapas para a impressão.

O desenho de uma página obedece a uma dinâmica do olhar humano, portanto deve-se buscar um conjunto harmonioso entre os fatores do estímulo visual estabelecido pela área observada no diagrama. As zonas de visualização podem ser divididas em primárias e secundárias, também existem zonas mortas, assim chamadas as que têm pouca ou nenhuma visualidade. As zonas primárias são aquelas privilegiadas situadas no canto superior esquerdo da página e as secundárias são as zonas terminais de leitura, situadas na parte inferior direita (figura 14). Na figura abaixo são representadas as zonas de visualização pelos números 1 e 2 indicando a zona primária e secundária, 3 e 4 para as zonas de pouca visualidade na página.

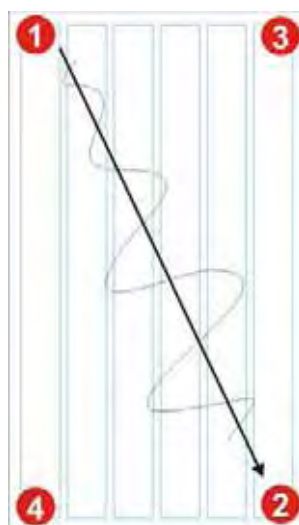


FIGURA 14 - Zonas ópticas utilizadas para a confecção do diagrama e distribuição dos elementos na página.
Fonte: Collaro (2000, p. 164).

Uma forma simples de diagramar e atingir um resultado satisfatório é dividir a página em quatro módulos, como mostrado na primeira imagem da figura 14, ocupando os espaços simetricamente. A união das páginas centrais é uma excelente oportunidade criativa para o compositor, pois aumenta a área impressa, contudo o design servirá para garantir leveza, beleza e funcionalidade para todos os espaços informativos. Estas páginas são tratadas em dupla e não como páginas individuais, como mostradas na segunda imagem da figura a seguir (figura 15).

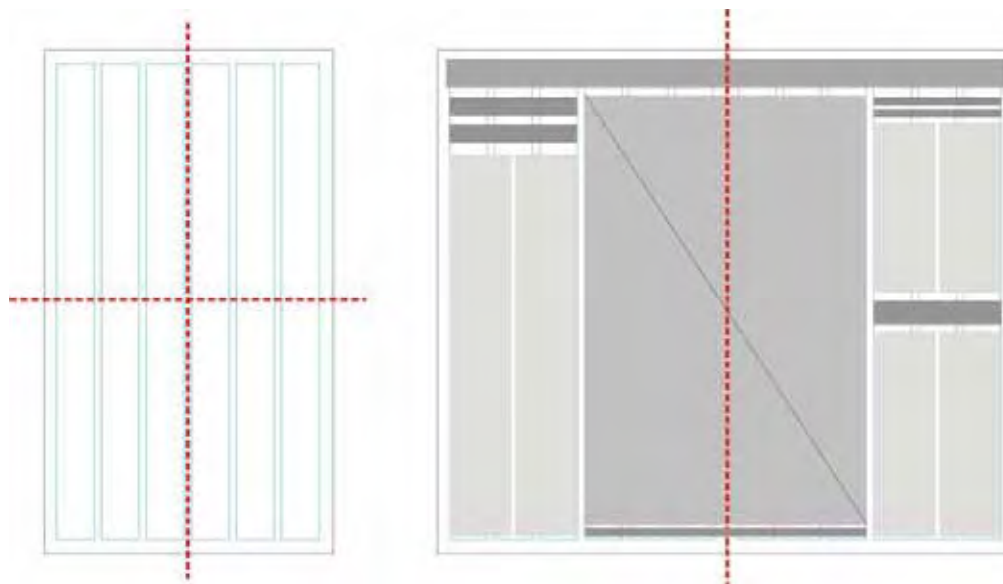


Figura 15 - Visualização dos quadrantes da página e as páginas centrais.
Fonte: Collaro (2000, p. 148 e 151).

Como observado nos parágrafos anteriores a adoção de procedimentos básicos no planejamento e na pré-visualização das páginas tem o intuito de melhorar aspectos visuais e dinamizar a relação entre os elementos da notícia no diagrama e proporcionar interface com o usuário. Baseado no conteúdo informacional e no repertório do leitor, além das condições tecnológicas o designer se condiciona a realimentar a indústria gráfico-cultural nos periódicos com a característica principal de empregar arte e funcionalidade aos cadernos. O projeto gráfico editorial, desenvolvido e manipulado pelos departamentos de edição e arte, deve ser capaz de introduzir e preservar o individualismo do veículo e funciona como um sistema simbólico que propõe uma identidade unitária dentre outras publicações.

2.3.1 Diagrama da Página e Segmento Áureo

O projeto editorial de um jornal deve ser inteligível frente às questões comunicacionais na criação e leitura de uma página. O conhecimento do processo cognitivo do homem, os princípios geométricos e técnicas de representação gráfica da sintaxe da linguagem visual sustentam ou mesmo intensificam o significado na página. Um caminho encontrado e matematicamente experimentado que poderá equilibrar e equacionar os elementos dentro de uma área impressa é o padrão de beleza e estética derivada de uma relação harmoniosa entre as partes determinado como razão áurea ou número de ouro. Este padrão já era conhecido das antigas civilizações gregas e muito utilizado no período renascentista pelos grandes mestres da arquitetura, da escultura, da pintura e no período moderno pelo design. A utilização da relação áurea pela indústria gráfica pode ser marcada pela melhora da qualidade estético-formal do produto e interface adequada ao homem.

Um jornal diário utiliza medidas relacionadas ao número áureo, ou seja, utiliza de fatores geométricos da divina proporção para estabelecer a harmonia e o padrão gráfico. A área trabalhada pelo designer num periódico é de base retangular que quando dividida na proporção áurea, com *grids* editoriais confeccionadas a partir de um diagrama, conduzem a ordenação visual e espacial delimitando os blocos para a distribuição dos elementos na página. Cada retângulo subdividido em forma horizontal ou vertical age como fronteiras de segurança que garantem o território específico de cada notícia (SILVA, 2007).

É chamada seção áurea devido a sua singularidade e seu alto valor atribuído à relação proporcional entre as partes com harmonia e equilíbrio. Ela pode ser obtida pela equação matemática: $A:B=B:(A+B)$. A obtenção de um segmento áureo pode ser feita a partir de um retângulo. O retângulo áureo de proporções 5X8 onde $A=5$ e $B=8$, suas relações dão continuidade a novos segmentos áureos com medidas equivalentes a 0,618. Segundo Doczi (1990, p.2) "...a singular relação recíproca entre duas partes desiguais de um todo, na qual a parte menor está para a maior assim como a parte maior está para o todo". O autor define que através do equilíbrio de forças, equações logarítmicas e fórmulas matemáticas o desenvolvimento, o crescimento e a evolução de toda espécie, da fauna e da flora, se constituem. No corpo humano, em toda sua existência, é encontrada a medida áurea como também em sua produção nas letras, artes, arquitetura e música.

Ainda segundo Doczi o termo *dinergia* é usado para determinar a relação entre as partes. É o mais adequado, pois significa dois pólos ou campos de energia que sugerem a criação de uma outra nova. A união das partes exprime o poder gerador. É o que dá origem a vida, ao movimento e a toda manifestação do homem perante seu mundo. Portanto poderíamos relacionar esta força à página de um jornal diário que através de um processo *dinérgico* conseguimos estabelecer ordem no desenvolvimento e na divisão dos espaços para cada informação noticiada.

Segundo Lage (2001) os formatos *standard* e tablóide seguem um padrão áureo na proporção 1,61 : 1 derivados do seguinte processo descrito por ele:

Seja um segmento AB, cujo ponto médio é C. Traçamos por B uma perpendicular BA, como comprimento igual a AB. O conjunto ABA' compreende dois lados iguais de um ângulo reto. Se fincarmos o compasso em C e lançarmos a diagonal CA' sobre o prolongamento na proporção 1,61 : 1 com relação a um segmento AB cujo ponto médio é C e lançarmos a diagonal CA' sobre o prolongamento AB, marcaremos um segmento maior AD na proporção 0,618 : 1. (2001, p.10).

Na figura 16, a primeira imagem ilustra o processo descrito por Lage e na mesma figura a relação harmônica descrita por Milton Ribeiro (1998, p. 158) baseada no retângulo raiz de três semelhante à página de um jornal. O cruzamento entre diagonais e perpendiculares produz uma relação harmônica contínua no qual dão origem as áreas de estímulo visual derivadas da divisão áurea. A dinâmica proposta por Ribeiro reproduz os pontos que serão significantes na composição de uma mensagem visual ou na distribuição dos elementos básicos da notícia como na página do jornal.

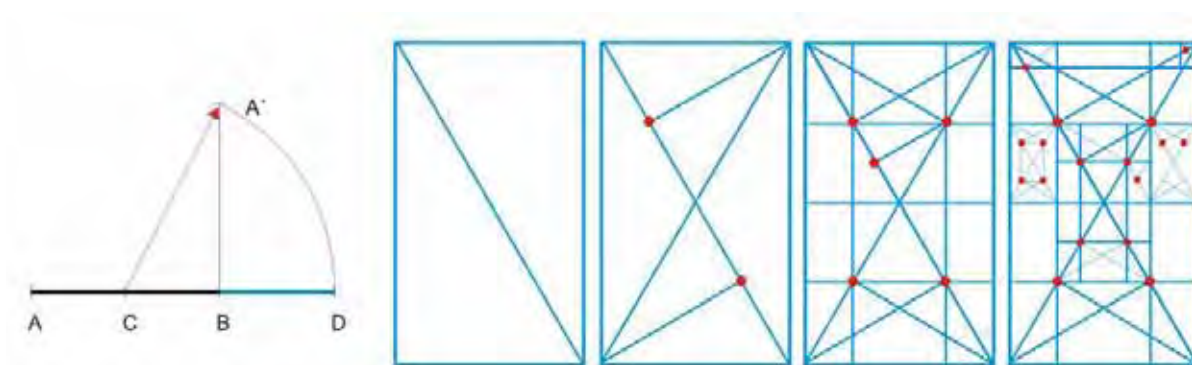


FIGURA 16 - Construção geométrica para achar o segmento áureo descrito por Lage e simetria dinâmica proposta por Ribeiro.
Fonte: Lage (2001, p. 10) e Ribeiro (1998, p. 158).

Portanto o design de página contemporâneo tem como desafio proporcionar velocidade e agilidade à leitura de um jornal dentro de limites, regras, padrões e de quase uma infinita forma de comunicar. Desta maneira o jornal é um veículo da mídia aliado ao processo de design e se caracteriza como um importante complexo comunicacional que abre espaço para a atuação do profissional sendo este um articulador entre produção e consumo de mensagens visuais. É importante destacar o diagrama e suas raízes operacionais que desde seu emprego no jornalismo impresso redimensionou o trabalho gráfico às condições de uso e prática da linguagem visual e permitiu a manipulação segura dos elementos morfológicos de um jornal diário. A relação do diagrama com a divisão áurea determina ao compositor áreas de equilíbrio e a simetria natural dos espaços. Além disso, o diagrama de um jornal quando somado ao projeto gráfico e as técnicas de representação visual permite o aumento do raciocínio produtivo de como proceder e aplicar a informação na página com facilidade, simplicidade e clareza.

2.4 Ergonomia e Performance Visual

No jornal diário há necessidade de constantes mudanças e adaptações no sentido operacional e morfológico que levam o emprego da ergonomia. Por exemplo, nos postos de trabalho e no desenvolvimento do produto gráfico editorial. A satisfação e a adaptabilidade são otimizadas porque a ergonomia atende aos quesitos fisiológicos, sensoriais e cognitivos inerentes ao homem como indivíduo e pertencente à determinado grupo social ou cultural. Os domínios, os princípios e os fatores ergonômicos quando determinados e empregados corretamente reduzem acidentes, doenças ou desvio relacionado às tarefas de produção e uso da informação como também previnem erros e provocam melhoria no desempenho do produto.

Segundo Itiro lida (1990) muitos produtos e mensagens visuais inadequados produzem vários problemas de fadiga, de riscos operacionais, de tensão ou mesmo de legibilidade. A ergonomia ajuda na correção e prevenção dos problemas observados na relação do homem com os objetos e tarefas com o emprego de leis de segurança, quesitos biomecânicos, medidas antropométricas e procedimentos que tornará a informação adaptável e acessível ao usuário. A problemática de produção uso se estende aos processos gráficos visuais que ergonomicamente a

mensagem deve ser tecnicamente adaptada ao formato e legível aos olhos humanos. No caso de um jornal diário o emprego da ergonomia em seu formato, por exemplo, garante o manuseio operacional de seus cadernos e páginas que continua a evoluir com o formato *berliner* na otimização e agilidade no tempo da produção, a redução da área lida tornando as páginas mais funcionais. Os tipos, símbolos, números e outros elementos visuais utilizados e distribuídos no jornal diário devem ser ergonomicamente proporcionais uns aos outros na escala correta, tamanhos diferenciados, com características particulares e contraste adequado à informação ou verbete editorial indicado para a notícia.

Ergonomia vem do grego Ergon (trabalho) e nomos (leis e normas) que é uma ciência com um significado geral de adaptação e acessibilidade dos objetos ou sistemas ao homem. A ergonomia foi estabelecida no Brasil na década de 60, mas já havia no mundo vários estudos científicos sobre organização do trabalho e eficiência na produção, desde o início do século XX, principalmente nos EUA no período entre guerras. Esta área de conhecimento é de caráter multidisciplinar e tem como base alguns fatores básicos que possibilitam sua aplicação e leitura. A importância desta para a indústria seriada é proporcionar, através de uma metodologia projetual, segurança e bem-estar tanto ao produtor, na organização do trabalho, quanto ao usuário na utilização do produto (IIDA, 1990).

Os domínios da ergonomia, de acordo com a Associação Internacional de Ergonomia (IEA) e a Associação Brasileira de Ergonomia (ABERGO), estão divididos em três grupos distintos, porém co-relacionados:

- Ergonomia física: está relacionada com às características da anatomia humana, antropometria, fisiologia e biomecânica. Incluem tópicos relevantes para estudo da postura no trabalho, manuseio de materiais e movimentos repetitivos objetivando a segurança e saúde;
- Ergonomia cognitiva: refere-se aos processos de percepção relativos ao raciocínio e resposta motora entre seres humanos e outros elementos de um sistema de produto. Os tópicos relevantes incluem o estudo do desempenho especializado, otimização e treinamento conforme esses se relacionem à projetos que visam interface adequada entre seres humanos e sistema;
- Ergonomia organizacional: concerne à otimização dos sistemas organizacionais, políticas e de processos. Os tópicos relevantes incluem

comunicações, projeto de trabalho, organização temporal, novos paradigmas, cultura de ordem e qualidade.

A relação dos domínios da ergonomia com o jornal pode ser conferida pelo complexo jornalístico físico, observado pelas plataformas, áreas e condições humanas para a execução das tarefas. Na página a ergonomia física pode ser relacionada ao formato e suporte adequado para cada publicação, suas diferenças e marcas que individualizam o produto. A ergonomia cognitiva pode ser observada em muitos aspectos do jornal por possuir este uma característica de produto que necessita de um tratamento visual e estético e de uma resposta motora do público ao sistema de símbolos na página. Este domínio da ergonomia refere-se também aos processos gráficos e aspectos que envolvem a produção da notícia e do design. Pode-se relacionar a ergonomia organizacional aos fatores que levam a necessidade de evolução ou redesenho de um diário aos moldes dos novos modelos de comunicação.

De acordo com Gomes Filho (2003) os Fatores Ergonômicos Básicos, ou FEB são importantes para o design para facilitar a abordagem conceitual da ergonomia e sua aplicação no produto. São básicos devido à necessidade intrínseca de constar no projeto de design quesitos particulares de cada etapa no desenvolvimento da obra. Os FEB são divididos em:

- Requisitos do projeto: relativos à tarefa, à segurança, ao conforto, ao estereótipo popular, aos envoltórios de alcance físicos, à postura, à aplicação de forças e materiais;
- Ações de manejo: são definidas as ações de movimento dadas pelo uso como operação do objeto, limpeza, manutenção e arranjo espacial dos elementos que constituem o objeto;
- Ações de percepção e códigos visuais: relativos ao sistema de comunicação e informação como os sistemas visuais, sonoros, tátil, cinestésico e de vibração, bem como signos tipográficos, cromáticos, morfológicos e tecnológicos do objeto.

Alguns fatores e aspectos ergonômicos devem ser considerados essenciais para o projeto de um jornal e no dia-a-dia de seu desenvolvimento como: estrutura morfológica – diagramação das páginas com a divisão de colunas e espaçamento entre os elementos da página; estrutura tipográfica – entrelinhamento adequado e

utilização de fontes para uma eficácia e fluidez da leitura tornando a informação atrativa e agradável; estrutura cromática – utilização funcional de cores para a divisão dos espaços e destaque entre texto e imagem, bem como provocar o estímulo visual na página e sinalização dos cadernos; estrutura tecnológica – utilização de procedimentos e processos para composição gráfica.

2.4.1 Performance Visual

A ergonomia nos elucida quanto à necessidade de ser considerada a estrutura física do olho e como cada pessoa pode tratar a informação visual. Envolve uma série de níveis de complexidade no simples contato do olho humano com a luz para interagir qualitativa e quantitativamente na cena. Para que o designer tenha segurança na manipulação do conteúdo editorial ele deve levar em consideração os fatores humanos e físicos que levam e são importantes para a performance visual.

Para um jornal diário a informação tem de ser lida instantaneamente e o efeito do estímulo visual sentido pelo leitor. A informação visual traduzida em texto deve ser cuidadosamente aplicada na página com um devido critério, respeitando as *grids*, projeto gráfico e o diagrama pré-estabelecido. Claro que a criatividade e a manipulação dos elementos podem sofrer alterações como a inserção de uma notícia, ou um elemento visual de última hora pela redação ou pelo trabalho e talento do paginador.

A performance visual, segundo Bullimore, Howarth e Fulton (1995), tem a função de determinar:

- a capacidade de observação: a inerente limitação do sistema visual humano e características comuns que causam fadiga.
- as características de observação nos objetos: tempo observado, contraste, volume, cor.
- as características visuais e espaciais do ambiente ou lugar.

Principalmente podemos considerar a performance visual nas características de análise do meio e objeto. Também podemos considerar seu desempenho e consequência de tarefas e indícios de fadiga.

Ergonomicamente para sua avaliação no universo da notícia o design passa a poder abordar assuntos como:

- O melhor formato para peça, viabilizando o produto e evitando desperdícios, envolve o projeto gráfico, área técnica de produção, administrativa e comercial;
- Melhor tratamento visual para a notícia garantindo a comunicação e a boa leitura, leva-se em consideração o projeto gráfico e as grids editoriais. Exemplos são fotos, infográficos e a notícia visual bem articulada;
- Avaliação e desempenho: o importante conhecimento dos aspectos de funcionamento visual das pessoas considerando necessidades particulares e deficiências visuais dos leitores.

Algumas questões podem ser respondidas pela avaliação da performance visual. Como, por exemplo, uma pessoa ou grupo pode absorver certa informação visual ou com quantas informações é possível ter contato em um tempo pré-determinado para a leitura de uma página de jornal. Pode-se melhorar a performance visual de um layout se for trocado o caminho da informação visual exibida ou detectados os erros mais comuns de leitura. O raciocínio lógico e objetivo aplicado na página levam o designer à manipulação dos elementos que compõem a notícia num caráter estratégico. Com a utilização destes princípios, da linguagem e alfabetismo visual, o designer pode melhorar sua prática ou experiência projetual para a configuração da página impressa e efetiva participação em uma equipe editorial.

Devem-se procurar soluções para os problemas de peso e funcionalidade, de equilíbrio e do reforço mútuo entre forma e conteúdo. A rotina produtiva de um periódico pode restringir a criatividade pelo fato de impor a necessidade de organização e padronização na apresentação da notícia, e pode ainda diminuir a sensibilidade dos olhos do leitor ao enunciado visual do layout. Portanto, o relacionamento entre informação gráfica e conteúdo editorial na página impressa, objetivado pelo designer, aguça e garante ao usuário a compreensão e leitura da notícia numa ordem programada visualmente.

As informações históricas do jornal na sua evolução como produto de massa, evidenciadas no primeiro capítulo, os procedimentos e adaptações de produção gráfica sofridas desde seu aparecimento até os dias atuais, descritos até aqui, provam que o design é um agente transformador e colaborador estético refletido na “casa da notícia”.

As reformas estabelecidas pelos periódicos do século XX no Brasil, principalmente das últimas décadas, instigaram a hibridez visual e uma acentuada criatividade refletidas nas páginas dos jornais do século XXI. Neste capítulo foi visto a importância da linguagem visual e das técnicas de representação gráfica aplicadas no layout como também os requisitos básicos da arte editorial no planejamento do produto. Estes fatores básicos apontados de composição, leitura e compreensão das mensagens visuais fomentaram a participação do designer no complexo editorial, isso devido sua especialidade na configuração do produto, gráfico e tangível, com uma metodologia de projeto adequada a notícia. Além de ter colaborado na tecnologia do jornal para uma linguagem orgânica da notícia na confecção de diagramas funcionais, a participação do designer na equipe editorial também garantiu a eficiência dos dados sinalizados visualmente na página desde o desenvolvimento dos cadernos até o fechamento da capa.

3 METODOLOGIA DO DESIGN APLICADO AO JORNAL DIÁRIO

O foco desta pesquisa é fomentar o design e a participação do profissional de arte gráfica na equipe editorial de um jornal diário proporcionando ao periódico um tratamento estético-formal adequado à notícia. Tal problemática se tornou, a cada momento da história da imprensa, uma questão primordial de como proceder perante o desenvolvimento tecnológico e de como sobreviver às mudanças sociais impostas pelas novas linguagens comunicacionais. A utilização do design de página pode ser visto como um diferencial metodológico que quando utilizado no planejamento e produção gráfico visual das páginas assegura melhores resultados na busca do estímulo e qualidade da leitura.

O método utilizado foi descrever o desenvolvimento do jornal enquanto produto industrial gráfico para chegar à reflexão da produção contemporânea apontando o papel e a importância do designer na equipe editorial refletida na primeira página. Adotou-se uma abordagem investigativa qualitativa dos jornais e sua relação com o design em que os dados encontrados foram processados no recorte estabelecido. Através de um raciocínio dedutivo que, de acordo com Severino (2002) é constituído de princípios universais e inteligíveis, foi feita uma análise comparativa entre as publicações atuais da capa observando o papel do design empregado em jornais como agente moderador do equilíbrio visual para uma leitura homogênea e dinâmica do periódico. O objetivo da análise é reforçar a possível participação do designer gráfico na equipe através do resgate e aplicação da metodologia projetual empregada na produção da capa do diário. Outro objetivo é que esta análise possa servir para jornalistas, profissionais técnicos e iniciantes envolvidos na produção gráfico visual do jornal como referência da importância do processo de design na página.

Segundo o Manual de Redação Folha de S.Paulo (2001, p. 19) o planejamento gráfico editorial "é uma técnica que precisa ser desenvolvida individualmente e em equipe". A discussão e troca de idéias entre os profissionais envolvidos no complexo jornalístico estabelecem uma transparência de informações e enriquecem a criatividade na página. Não cabe descrever aqui a essencial formação do jornalista no planejamento gráfico e produção visual da notícia, apenas fomentar a participação do designer gráfico como um profissional capaz de garantir

o caráter informativo dos elementos distribuídos na página. Cada departamento tem funções específicas e deve estar em plena colaboração com o todo, dentro de seus limites técnicos. O departamento de arte editorial recebe as informações necessárias determinadas pela redação, pelos jornalistas e editores, para então aplicar os elementos que irão compor as páginas e os cadernos do dia.

Segundo Ferreira Júnior (2006), toda evolução gráfica e mudanças no projeto gráfico editorial de um jornal é refletida na primeira página. Uma *capa pôster*¹⁰ é definida por Ferreira como orgânica, esta não é cotidiana e somente utilizada em eventuais edições. O mais comum na produção do diário são capas já pré-definidas pelo projeto seguindo uma organização simétrica embora com possibilidades criativas na composição. Para o autor, a produção de uma capa é “uma empreitada tanto no campo de localização contextual quanto no domínio do ponto de vista das referências conceituais” (p 15). Ferreira ainda completa que as capas dos jornais “se aproximam de efeitos estéticos e da técnica gráfica das manifestações artísticas que lhe é contemporânea” (p.19). A reflexão e análise entre design de página e jornalismo podem ser equacionadas na apresentação da capa dos periódicos contemporâneos, no emprego de uma linguagem editorial estruturada graficamente visando realce aos recursos visuais traduzidos em notícia.

As capas dos jornais analisados foram de três prestigiadas empresas de comunicação com influência no universo jornalístico e considerados pela ANJ excelentes veículos propagadores de valiosas informações de alta qualidade e credibilidade. Os jornais nacionais de grande tiragem tomados como objetos de estudo são: *Folha de S.Paulo*, na edição regionalizada do Estado de São Paulo e *Jornal do Brasil*, da cidade do Rio de Janeiro, dois dos maiores periódicos e dos mais influentes do país. Outro jornal de média tiragem e de extrema importância para o Oeste Paulista também analisado é: *Jornal da Cidade*, da cidade de Bauru, interior do Estado. As edições são do dia 26 de Outubro de 2008, cujo conteúdo é o segundo turno das eleições municipais para prefeito e vereador, e cuja data é importante para verificação do tratamento visual e das propriedades estéticas presentes em tais edições. O motivo de analisar as capas de um mesmo dia é para haver um limite investigativo sobre quais os recursos gráficos visuais utilizados até o

¹⁰ Uma *capa pôster* pode ser aquela que possui poucos elementos gráficos, somente os essenciais ao projeto editorial, com uma linguagem mais artística parecida com a linguagem do cartaz. (FERREIRA JUNIOR, 2006)

momento pelos periódicos na abordagem da notícia aos olhos do design. O critério na seleção dos itens escolhidos para análise foi relacionar os que permitam a identificação do jornal, reforcem sua estética de página e de linha editorial na capa do veículo.

O jornal *Folha de S.Paulo*, fundado em 1921 na cidade de São Paulo, é o mais influente complexo jornalístico brasileiro atualmente com uma grande fatia do mercado nacional editorial e mercado publicitário. A linha editorial adotada pelo periódico é caracterizada por um jornalismo crítico, apartidário e pluralista. As mudanças tecnológicas sofridas nas décadas de 60 e 70, com o *off-set* e a fotocomposição, deram suporte para uma revolução editorial do jornal na década de 80. A fragmentação da notícia e a cadernização, seguindo uma tendência mundial, foram adotados em 1981 e deu início a primeira versão do “Projeto Folha”. A proposta do projeto foi reformular o produto editorial tornando-o mais moderno, ágil e bem acabado visualmente. Em 1990, a *Folha* lança edições regionalizadas no país e, em 1994, lança seu novo projeto gráfico. As páginas ganharam mais elementos visuais que possibilitaram uma leitura mais rápida e agradável. O Centro Tecnológico Gráfico - Folha (CTG-F), inaugurado em 1995, Tamboré, SP, até hoje é o mais moderno parque gráfico da América Latina (FOLHA, 2006). A *Folha* estabeleceu um padrão de mudanças gráficas significativas a cada seis anos. Isso significa investimentos desde a qualidade dos profissionais de arte e equipe editorial à qualidade do papel empregado na impressão produto. O projeto gráfico atual da *Folha* é de 2006 quando houve mudanças significativas no tratamento da notícia principalmente na primeira página. Neste projeto a preocupação com a estética e com o design de página é retratada pela preservação da tradição e identidade do periódico, mas com inovações atraentes e didáticas no tratamento gráfico da notícia.

O *Jornal no Brasil* da cidade do Rio de Janeiro, historicamente foi o pioneiro em inovações e tecnologia gráfico-visual do país. Fundado em 1891, três anos depois da Proclamação da República, teve profunda influência no desenvolvimento político nacional e indústria gráfica da primeira metade do século XX. Este jornal é considerado dinâmico no emprego de sua linguagem jornalística e experimental quanto à linguagem visual. Segundo Ferreira Júnior (2003) o *Jornal do Brasil* foi o responsável pelas reformas gráficas sofridas pelos periódicos brasileiros do final da década de 50 no qual inseriu o design de página no tratamento da notícia. As etapas de mudanças ocorridas durante este período foram marcadas pela participação de

Amílcar de Castro no comando das operações gráficas no balanceamento do texto, da foto e a utilização dos espaços em branco. Neste período houve uma aproximação com o leitor no aumento da visualidade da notícia na retirada de fios, adornos e símbolos desnecessários à leitura da página. O padrão das mudanças estava sempre estruturado por diagramas funcionais e uma melhor utilização da capa como vitrine do jornal, conceitos que perduraram durante as décadas seguintes. O *JB* também influenciou outros jornais às mudanças no estilo de composição e ao tratamento tipográfico. Foi a partir da reforma gráfica de 1959 que o jornal passou a empregar conceitos funcionalistas baseado na linguagem construtivista e na união entre departamento de arte e redação estabelecendo assim novas premissas para o design de jornais. O periódico possui uma linha editorial político partidária voltada tradicionalmente para as classes média e alta com altíssimo poder de formação de opinião do Rio de Janeiro e do país. No ano de 2006, o *JB* começou a circular no formato *berliner* inovando novamente com uma apresentação mais limpa e funcional de seu conteúdo, proporcionando ao leitor contemporâneo mais comodidade e agilidade no uso do produto gráfico.

Em Bauru, o *Jornal da Cidade* se destaca por seu perfil jornalístico centrado na investigação e hibridismo do fato e mantêm-se como uma das mais influentes mídias do interior do Estado de São Paulo com alto índice de credibilidade. Este sempre se preocupou em participar dos grandes projetos da cidade e de ouvir as opiniões sobre política, economia, esporte e cultura de Bauru e região, sem esquecer da cobertura das notícias do Estado, do Brasil e do mundo. Fundado em 1967, a história do *Jornal da Cidade* é marcada pelo grande investimento tecnológico e profissional que proporcionou à empresa ser a pioneira no interior paulista na utilização do off-set, no início dos anos 70, e de apresentar sempre um dos melhores produtos com excelência de informações e qualidade editorial. No final dos anos 90 o jornal adota o “Projeto JC Total” com mudanças estruturais que iriam marcar suas edições. O projeto incluía, além da reforma gráfica, o aumento dos cadernos e a otimização dos segmentos do jornal com plataformas digitais. Em 2000 houve investimento no processo de pré-impressão que eliminou o fotolito e o jornal passa a ser um dos maiores do país em tecnologia gráfica e industrial. No total de nove cadernos especiais o jornal circula em Bauru e outras 45 cidades.

3.1 Elementos e Técnicas Visuais Considerados na Composição da Capa

O método de análise foi demarcar os componentes principais do planejamento visual empregados pela equipe no processo de construção da capa de um jornal diário. No projeto gráfico editorial foi considerado nesta investigação o formato, diagrama e *grids* pré-estabelecidos dentro de um organograma de fluxo informacional determinados pelas edições. Estes são elementos chaves para estabelecer a base de todo o processo operacional. Os verbetes editoriais manipulados na capa foram apontados e descritos como elementos morfológicos de composição, isto é, que são fundamentais para a apresentação da notícia. Foram feitas comparações entre as edições na utilização destes recursos e de como foram manipulados no diagrama. Esta manipulação pode ser traduzida pelas técnicas visuais que são inerentes à composição, bem como particularizaram e produziram o estímulo visual desejado. As técnicas visuais que foram consideradas nesta análise são: o emprego do contraste referente à tipografia, cores e formas; a utilização do equilíbrio, tensão, simetria e assimetria; alinhamento e repetição proporcionados pelos símbolos gráficos ou cores; seqüência de procedimentos programados e performance visual estabelecidos pelo grau de acuidade visual de leitura e separação entre os elementos; e proporção áurea na composição.

A aplicação da metodologia do design na análise e comparação da relação estabelecida entre a estrutura física da notícia e o compositor pode ser traduzida na verificação do sentido da leitura, da linearidade e da objetividade das informações que foram transmitidas visualmente na página. É importante que o designer fique atento à identidade do jornal e às técnicas visuais possíveis, pois a estruturação e o pré-planejamento destes serão conferidos no tratamento estético-formal da notícia. O espelho¹¹ é aqui denominado diagrama e sua dinâmica relação com as *grids* editoriais nas zonas de leitura. Em união com os elementos gráficos o espelho determina a seqüência e a ordem das informações na página, isto é, as áreas que proporcionam melhor visibilidade na composição. Portanto, o designer é um colaborador para garantir um diagrama ergonomicamente projetado para o jornal e objetivando o aumento do grau criativo para o desenvolvimento da capa.

¹¹ O espelho determina os espaços pré-estabelecidos na página de um jornal. Nele o diagramador ou paginador já pré-visualiza a página como foi preparada para aplicação de textos e imagens. No espelho contém o diagrama da página aplicado ao projeto gráfico e identidade visual, ou seja, sua metragem, espaço e linha editorial bem como signos gráficos editados anteriormente. No espelho são vistas duas páginas individuais e abertas, ou seja, com uma seqüência editorial dos cadernos.

Os verbetes editoriais aqui apontados são de caráter jornalístico e informativo, alguns somente conhecidos dentro de uma redação e departamento de arte e outros comuns aos usuários. A primeira página ou capa deve ser lida separadamente, é nela que contém os elementos mais importantes para serem analisados, seu planejamento é cuidadoso e é a última etapa do fechamento da edição junto ao primeiro caderno. Na capa já existem alguns elementos fixos da edição, pertencentes ao projeto gráfico editorial, que podem ou não mudar de lugar na página e aqueles elementos gráficos nem sempre utilizados pelo editor. Os elementos que compõem a identidade visual e os verbetes editoriais encontrados na capa dos periódicos analisados foram:

- Logotipo/cabeçalho – é a assinatura do jornal e representa o principal signo gráfico do periódico que contém as principais características e elementos que serão utilizadas em outros segmentos do jornal;

- Alfabeto institucional – é o tipo utilizado no projeto e suas características que revelam ao leitor a unidade e maior representação da mídia na composição da notícia; pode ser dividido em primário e secundário, ou seja, o primário é o principal alfabeto empregado nas páginas que geralmente é da mesma família do logotipo e o secundário que pertencem a outras famílias de tipos usados nos outros segmentos do impresso;

- Cores institucionais – geralmente definidas na identidade visual como um padrão gráfico no preenchimento de boxes, na separação de cadernos, na formação de unidades da notícia e na composição de signos visuais para guiar o leitor;

- Manchete – é a principal notícia do dia e com maior destaque na capa, geralmente de tipos maiores, pode ou não vir acompanhada de texto e foto, mas com referências;

- Linha-fina – frase que acompanha o título e completa a informação noticiada, pode ser chamada de subtítulo;

- Iceberg – chamada assinada que começa na capa e continua no interior do jornal, pode vir acompanhado de um grafismo ou foto;

- Bandeira – título sem texto na primeira página que faz remissão para a página de um caderno;

- Caixa – geralmente na parte superior do jornal, em cima do cabeçalho ou logo abaixo, ela é composta por um grafismo nas chamadas divididas em

colunas que remetem ao interior da edição que podem ou não serem acompanhadas de fotos;

- Trovão – legenda explicativa que pode ser de uma foto que dispensa título e texto geralmente utilizados na capa com referência à matéria no interior do jornal;
- Vinheta – usada para assinalar a seção do jornal ou caderno;
- Serviços ou índice – encontrado na capa como sumário da edição, geralmente no quadrante inferior, rodapé ou lateral da página. Indica também serviços do jornal como utilidade pública, cotações financeiras, tempo, temperatura e dados técnicos do jornal como número de páginas e exemplares da edição.

O apontamento das características principais dos elementos estruturais que utilizaram os diários foi feito a partir da observação da produção das capas da edição determinada. Com relação às técnicas visuais empregadas é importante destacar os procedimentos na divisão dos campos informacionais feitas no diagrama e os verbetes empregados para então relacioná-los ao estilo de composição feita. Nas edições foi observada a organização das forças internas que proporcionaram harmonia estética agradável à página pela busca da estabilidade visual no *nivelamento* ou *aguçamento* das informações entre textos e imagens para a formação das unidades visuais descritas. Pretende-se com a reflexão exploratória das capas dos jornais diários o encontro e definição dos procedimentos editoriais para sua edição fazendo uso e relação com o design gráfico. O método da análise comparativa iniciou-se com uma breve e geral introdução sobre a produção gráfica das primeiras páginas dos três jornais tomados como objeto de estudo. Nos momentos seguintes foram observados e descritos os diagramas, as *grids* editoriais em função do projeto gráfico editorial, os formatos utilizados e a área impressa destacando as semelhanças e diferenças entre as publicações. Foram apontados também os verbetes que fizeram parte de cada edição e de que maneira se relacionaram com o diagrama. O emprego de técnicas visuais tem como base de raciocínio o possível encontro dos fundamentos da escola Gestalt e os princípios do alfabetismo visual inerente ao processo de design que foram apontados na manipulação de signos gráficos, tipos, cores e imagens. As técnicas foram indicadas em cada composição como um recurso que proporcionou o estímulo visual

na página. Os procedimentos descritos foram em função da adaptação da notícia à leitura, à legibilidade e ao conforto visual no periódico. Esta análise se baseou na função prática do design para colher os dados estruturais para então se basear na função estética como solução criativa adotada pelo profissional de arte na confecção da capa. O processo de investigação permeou os conceitos ergonômicos básicos, principalmente relacionados à cognição, estabelecidos na separação e exaltação dos elementos na área impressa. Foi possível também encontrar na capa de dois jornais, *Folha de S.Paulo* e *Jornal do Brasil* a proporção áurea para a divisão dos espaços e segmentos fundamentais o que proporcionou harmonia e dinâmica nas composições que utilizaram o princípio.

A tentativa de comprovar e efetivar o papel do design no desenvolvimento e interlocução do produto editorial foi buscado em cada primeira página dos jornais analisados em função da aplicação de uma ordem geométrica proporcionada em uma unidade informativa como um todo e sua relação com as partes. Esta análise foi voltada para a tradução e comparação de procedimentos gráficos e da linguagem visual aplicada na capa dos jornais pela equipe de arte e redação. Os dados obtidos através desta investigação indicam que a participação do designer na produção de um periódico diário é indispensável para a evolução criativa das páginas. Para revelar a importância dos princípios do design à produção contemporânea dos jornais foi preciso qualificar o produto gráfico descrevendo os recursos visuais empregados na capa para garantir a visibilidade e legibilidade da notícia, bem como a continuidade editorial às suas modulações de página.

3.2 Análise das Capas

A produção atual da capa dos jornais em questão não se diferencia dos demais periódicos de publicação nacional, a não ser com relação aos formatos e identidade visual. As edições são tradicionais ao estilo de composição funcionalista derivada do final do século passado no qual representa a notícia de maneira rápida, organizada e principalmente com recursos gráficos necessários no desenvolvimento da página e indicativos do layout. Os jornais aqui citados são considerados pioneiros em aspectos promocionais da notícia bem como no emprego do design de página no cenário das redações. As capas foram tomadas como ponto de referência para

enxergar os princípios de um projeto gráfico editorial orientado e estruturado na metodologia do pensar racional gráfico e da criatividade na produção.

Nenhuma das edições apresentou uma configuração definida como capa pôster, notou-se o emprego de diagramas simples, mas que houve preocupação estética no tratamento visual dos verbetes editoriais. Contudo, foi descrito o *eixo sentido*, as seqüências programadas e a relação das unidades informativas da página nos jornais observados. Outro importante fator, além do processo gráfico e criativo para a apresentação gráfica das capas dos jornais é o papel sulfite utilizado para impressão. Esta característica é diária nas capas e no primeiro caderno das três empresas salvo as edições de domingo que são impressas em 100% com papel de melhor qualidade, menos poroso e mais branco. Os apontamentos feitos são para evidenciar o planejamento gráfico e design editorial, bem como indicar os princípios entre expressão artística e caráter utilitário da notícia na composição.

Os periódicos utilizaram de um mesmo padrão jornalístico, tradicional em manter a capa como vitrine do conteúdo editorial interno com várias chamadas, *leads* e imagens instigando o leitor. Historicamente este fato foi iniciado no Brasil no início dos anos 50 com Amílcar de Castro e o movimento construtivista refletido nas inovações ousadas do diagrama da capa dos anos 80 e 90. Por influência dos novos moldes comunicacionais voltados à velocidade e agilidade de informações foi observado na capa destas edições a simplicidade do diagrama, a redução do conteúdo textual, o maior emprego de signos visuais, a modulação da página e os critérios essenciais da produção contemporânea à aplicação tipográfica consciente e performance visual adequada. Na evolução das páginas foi constatado o investimento em processos gráficos que foram refletidos na produção e exploração das funções comunicativas da capa pelo profissional de arte responsável.

A estruturação do diagrama dos jornais se difere devido aos formatos expressos na divisão de linhas e colunas. Contudo os procedimentos de composição são parecidos quanto à organização dos elementos básicos que compõem um projeto editorial. O formato *standard* é empregado pelos jornais *Folha de S.Paulo* (Folha) e *Jornal da Cidade* (JC), no qual tem um diagrama base dividido em seis colunas. Este formato permite uma área maior de mancha aumentando o campo visual da notícia em comparação ao formato *berliner* adotado pelo *Jornal do Brasil* (JB) com divisão base de cinco colunas. Entretanto o formato do jornal carioca otimiza a distribuição e leitura do conteúdo e manuseio das páginas. Esta diferença

de formato também permite que o *berliner* seja distribuído sem dobras nas bancas no qual a composição da página pode ocupar toda a área impressa. Nos jornais formato *standard* deve-se levar em consideração na produção da primeira página a dobra central e sua visibilidade nas bancas. Este fato requer do compositor o cuidado na distribuição dos elementos informativos para que a seqüência entre horizontal e vertical de leitura e visibilidade da notícia não sejam interrompidas. As semelhanças entre as edições estão no emprego das distâncias entre as partes, promovendo zonas em branco e unidades visuais, na utilização do campo superior do diagrama para os verbetes principais, na fragmentação e um maior espaço reservado na mancha para a manchete. A figura 17 ilustra as capas e os verbetes empregados nos jornais indicados e legendados no qual é possível notar o emprego do design de página pelos recursos gráficos visuais utilizados no planejamento do produto.



FIGURA 17 – Capas dos jornais *Folha de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* e *Jornal da Cidade* do dia 26 de Outubro de 2006 e os verbetes editoriais empregados nas edições.
 Fonte: *FOLHA de S.Paulo* (2008, p.1), *JORNAL do Brasil* (2008, p.1) e *JORNAL da Cidade* (2008, p.1).

A relação entre os estilos de composição dos periódicos analisados foi conferida pela pré-visualização da página e identificação do diagrama o que permite a identificação do processo de distribuição entre texto e imagem dentro dos

princípios básicos estruturais e organizacionais da publicação. O processo de pré-visualização da capa é mostrado nas imagens da figura 18 no qual revela a divisão e localização dos verbetes que foram utilizados. Esta etapa é importante, pois revela ao designer as possibilidades criativas e o que será destaque na área trabalhada, bem como a quantidade de verbetes que deverão ser aplicados. Notam-se entre os jornais as semelhanças na aplicação de imagens e diferenças com relação à aplicação do texto. O jornal *Folha* utilizou mais texto para transmitir a notícia do que os outros jornais. O *JB* foi mais sucinto e direto para transmitir as informações em sua composição de capa ao estilo contemporâneo. Do contrário notou-se a complexidade estabelecida pelo periódico *JC* que apresentou ao leitor um estilo de composição recheada de informações visuais, porém organizadas em uma seqüência programada.



FIGURA 18 – Pré-visualizações das capas e distribuição dos verbetes editoriais das edições dos jornais *Folha de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* e *Jornal da Cidade* do dia 26 de Outubro de 2006.
 Fonte: *FOLHA de S. Paulo* (2008, p.1), *JORNAL do Brasil* (2008, p.1) e *JORNAL da Cidade* (2008, p.1).

Os três jornais utilizam à *interpolação* de colunas e de *grids* editoriais para a distribuição dos signos editoriais na página. O procedimento se repete diariamente com base na estrutura principal do formato e com *interpolações* diferentes torna flexível a modulação da notícia pelo compositor e conseqüentemente leitura mais agradável para o usuário. Este fator é observado nas imagens da figura 19 que apresenta os diagramas produzidos. A divisão de colunas foi representada na figura pela cor vermelha e as principais *grids* editoriais na cor azul que foram importantes

para a composição forçando o *alinhamento* e o *equilíbrio* na aplicação dos verbetes. O estudo da malha geométrica reforça a utilização pelos periódicos dos fatores do design para a obtenção da linearidade textual e visual, base para a composição criativa e o tratamento das forças internas de organização.

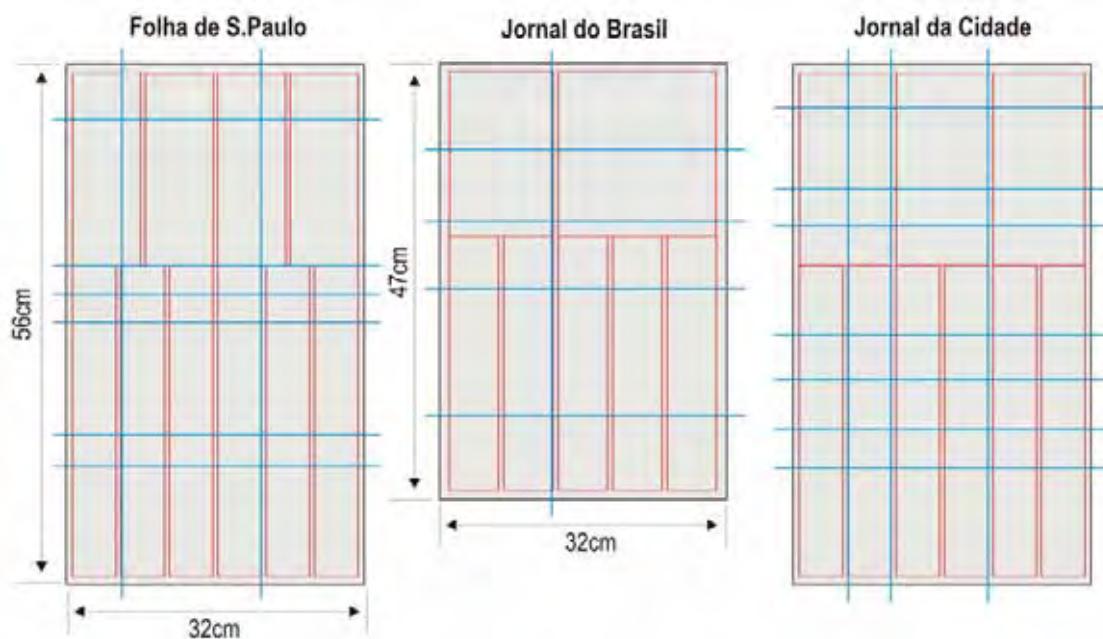


FIGURA 19 – Diagramas com as *grids* editoriais das edições dos jornais *Folha de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* e *Jornal da Cidade* do dia 26 de Outubro de 2006.

Fonte: *FOLHA de S. Paulo* (2008, p.1), *JORNAL do Brasil* (2008, p.1) e *JORNAL da Cidade* (2008, p.1).

Com relação à estrutura tipográfica são empregados os de origem clássica em todas as edições com manchete e titulação, bem como corpo do texto com entrelinhamento adequado proporcionando leveza, eficácia e fluidez na leitura das páginas. A tipografia empregada no projeto gráfico editorial dos jornais se classifica como da família elzevir com serifa triangular e características advindas dos tipos *Times New Roman* e *Garamong* para o alfabeto primário e como secundário tipos da família Bastão, sem serifa, com características do tipo helvética. Entre as publicações somente a *Folha* tem tipografia especialmente desenhados para o jornal e são variações do tipo *Folha Serif*, utilizado no logotipo/cabeçalho e outros segmentos do jornal e o *Folha Minion* empregada no corpo do texto. O *JB* segue o mesmo padrão da *Folha* com relação à aplicação dos tipos. Estes dois empregam o mesmo desenho tipográfico do logotipo/cabeçalho e utilizam-no como alfabeto institucional primário. O *JC* não segue este caminho, o desenho das letras do logotipo é da família fantasia e como alfabeto institucional emprega os da família

elzevir. Além da manchete a linha-fina também é empregada nos jornais *Folha* e *JC* e as chamadas, para haver o contraste, variam com negrito. A família Bastão sem serifa com um desenho moderno é aplicada também em todas as capas observadas para estabelecer o contraste visual nas caixas e índices. Observa-se que esta dinâmica dos tipos empregados orienta o leitor e serve como separação visual entre espaço, linhas e bordas. Há uma intensa mudança no tamanho e espaçamento das letras, palavras e linhas deixando algumas páginas mais arejadas para leitura como a do *JB*. Foi verificado um entrelinhamento menor no corpo do texto no jornal da *Folha* o que produziu uma massa mais intensa e condensada do conjunto. A principal semelhança de titulação entre os jornais é que todos utilizaram manchete ocupando o total das colunas, no diagrama original dos formatos de divisão de seis e cinco colunas, de uma linha o que produziu leitura horizontal. O jornal *Folha* usou linha-fina com um *lead* para a manchete e chamadas assinadas de uma coluna denominadas *iceberg*, recurso editorial também utilizado pelo *JB*, de uma coluna sequencialmente programados na página. O jornal *JC* seguiu o mesmo processo da *Folha* com emprego da linha-fina, mas com chamadas divididas em uma e em duas colunas. O mesmo jornal empregou o verbete chapéu na sua composição de página o que funcionou como um divisor do quadrante utilizado para as chamadas em um só momento. O *JB* obteve maior ênfase visual na manchete com a redução dos caracteres que aumentado causou o impacto proposto. Nas chamadas principais denominadas o conjunto como bandeira, no primeiro quadrante da página, o jornal utilizou um grafismo especial em forma de seta o que proporcionou um estímulo sensorial como orientadores de leitura. O verbete bandeira também foi usado pelo *JC* no centro da página com titulação de três linhas divididas no diagrama. As demais chamadas de capa empregadas foram de uma coluna e no rodapé com títulos da família bastão, característica encontrada também no *JC*. A figura 20 ilustra as principais características tipográficas aplicada aos verbetes editoriais na malha geométrica.



FIGURA 20 – Detalhes tipográficos dos verbetes extraídos das capas dos jornais *Folha de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* e *Jornal da Cidade* do dia 26 de Outubro de 2006.
 Fonte: FOLHA de S.Paulo (2008, p.1), JORNAL do Brasil (2008, p.1) e JORNAL da Cidade (2008, p.1).

O contraste empregado entre as famílias, caixa alta e baixa com variações em normal e negrito pode ser observado em toda a capa. O *JC* empregou uma composição mais parecida com a *Folha*, porém com entrelinhamento e espaçamento maior entre os caracteres adotando também a centralização de algumas chamadas enquanto que as outras capas justificaram à esquerda. A *Folha* também reforçou a visibilidade dos números no infográfico, uma característica predominante do jornal. Nos detalhes da figura 21 é possível notar a preocupação dos periódicos no tratamento dado aos tipos o que fomenta a manipulação consciente dos aspectos comunicacionais, organizacionais e de legibilidade que conduzem e facilitam à leitura.



FIGURA 21 – Contraste e dinamismo visual aplicados aos tipos extraídos das capas dos jornais *Folha de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* e *Jornal da Cidade* do dia 26 de Outubro de 2006.
 Fonte: *FOLHA de S.Paulo* (2008, p.1), *JORNAL do Brasil* (2008, p.1) e *JORNAL da Cidade* (2008, p.1).

Notou-se o grande número de espaços reservados para a inserção de imagens e os jornais *Folha* e *JB* determinaram uma área para publicidade, sendo que o primeiro jornal com área maior no rodapé e o segundo um anúncio pequeno no canto inferior direito. O cuidado também se estendeu ao índice, ou seja, o espaço reservado para as informações como sumário, temperatura ou outros dados da publicação. Os três jornais empregaram um tratamento gráfico diferenciado para este verbete. A *Folha* fragmentou as informações divididas em três momentos já os outros jornais empregaram no canto inferior esquerdo da página, zona de baixa leitura (figura 22).



FIGURA 22 – Detalhes dos verbetes editoriais extraídos das capas dos jornais *Folha de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* e *Jornal da Cidade* do dia 26 de Outubro de 2006.
Fonte: *FOLHA de S.Paulo* (2008, p.1), *JORNAL do Brasil* (2008, p.1) e *JORNAL da Cidade* (2008, p.1).

Todos os jornais foram objetivos e eficazes na distribuição das informações e verbetes principais na página. Fato que comprova o cuidado estético assumido principalmente pelo *JB* com a apresentação mais sucinta e com maior impacto visual na capa. A manipulação de cores entre as edições serviu como destaque e sinalização das áreas, bem como reforçou a identidade visual dos jornais. A *Folha* tem como cores institucionais o azul, o vermelho e o preto que foram distribuídas conscientemente na página. Observou-se que este jornal empregou o contraste de tom com a manipulação das cores e o contraste de forma assumida pela imagem do infográfico em relação aos outros elementos visuais trabalhados. No infográfico, localizado no primeiro quadrante do jornal, a manipulação de elementos informativos pelo designer foi esteticamente simétrico e linear o que garantiu a página estabilidade e equilíbrio. Trata-se, portanto, do primeiro contato do leitor com o conteúdo do jornal sendo o ponto de partida para a leitura do todo e o eixo sentido estabelecido pela divisão dos quadrantes. Na capa da *Folha* percebeu-se o tratamento estético na manipulação dos verbetes no emprego de cores e diferentes famílias tipográficas na caixa e no trovão, praticamente ao centro da página, que contrastados visualmente estabeleceu-se as divisões. Nota-se a *unidade* formada pela ação coordenada do compositor entre as divisões dos blocos da notícia e para causar o impacto visual desejado (figura 23). Na figura a seguir as setas vermelhas representam o sentido de leitura, as zonas circundadas em amarelo o *eixo sentido* determinado pelas linhas em azul no qual fica claro o primeiro contato do leitor com o conteúdo do jornal que também será representado da mesma maneira nas figuras seguintes.

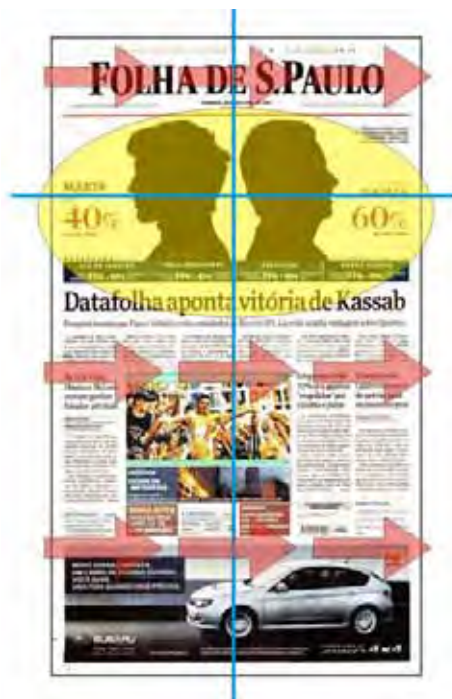


FIGURA 23 – Estética visual da página que determina o sentido da leitura e o eixo sentido da capa do jornal *Folha de S. Paulo* do dia 26 de Outubro de 2006.
 Fonte: *FOLHA de S.Paulo* (2008, p.1).

O *JB*, embora com menos elementos informativos devido ao formato transmite um forte impacto visual pela *tensão* causada na configuração da página. A cor institucional do jornal é o azul, sendo esta cor predominante na página junto com o vermelho utilizado para destacar algumas informações importantes. O eixo sentido da obra é determinado pela imagem utilizada como trovão que toma uma grande parte da divisão da área impressa. O ponto da página é a imagem, mas o eixo sentido determinou o início da leitura do conteúdo pelas chamadas denominadas bandeira no qual houve o cruzamento da horizontal com a vertical dos planos (figura 24). A capa do *JB* assume um sentido de leitura em forma de “L” na dinâmica da distribuição dos verbetes e como técnica visual a *assimetria* responsável pelo *aguçamento* presente.



FIGURA 24 – Estética visual da página que determina o sentido da leitura e o eixo sentido da capa do *Jornal do Brasil* do dia 26 de Outubro de 2006. Fonte: *JORNAL do Brasil* (2008, p.1).

As cores institucionais do *JC* são o azul e o preto que foram trabalhadas em alguns verbetes. O eixo sentido do *JC* foi conferido pelo ponto central do jornal com uma imagem manipulada dividida em três segmentos e que também empregou a bandeira para forçar o leitor ao conteúdo interno do jornal. Esta área estabelece o primeiro contato do leitor com a capa tornando o ponto de partida para a leitura de toda a página como observado na figura 25.



FIGURA 25 – Estética visual da página que determina o sentido da leitura e o eixo sentido da capa do *Jornal da Cidade* do dia 26 de Outubro de 2006.

Fonte: *JORNAL da Cidade* (2008, p.1).

A análise da dinâmica visual das páginas foi possível pela observação estética estabelecida pela distribuição dos elementos gráficos editoriais a divisão dos quadrantes da página. Com as figuras foi possível observar o cuidado dos jornais *Folha* e *JB* no emprego de uma linguagem visual objetiva e articulada para fluidez da notícia. O *JC* produziu *instabilidade* com sua composição e sentido de leitura conduzindo o leitor de maneira ordenada, porém menos articulada provocando descontinuidade da notícia, comparada aos outros periódicos.

O jornal na sua configuração retangular já possui uma relação com o segmento áureo. Não cabe a esta pesquisa discutir o raciocínio lógico desta técnica e sim mostrar sua relação à composição feita pelo designer na divisão da página que pode ser inconsciente ou conscientemente empregada. Esta proporção foi nitidamente encontrada nos jornais *Folha* e *JB*, que matematicamente souberam modular a página para harmonizar e intensificar o significado desejado na leitura da notícia. A figura 26 ilustra este processo *dinérgico*, isto é a singular relação entre as partes desiguais e a harmonia com o todo das capas dos jornais *Folha* e *JB*. As construções geométricas ao lado e acima das capas mostram o segmento áureo encontrado a partir de uma reta à divisão das áreas principais. No jornal *Folha* este padrão áureo garantiu um excelente resultado na visibilidade do infográfico e no *JB* a perfeita harmonia do equilíbrio assimétrico na divisão da página.

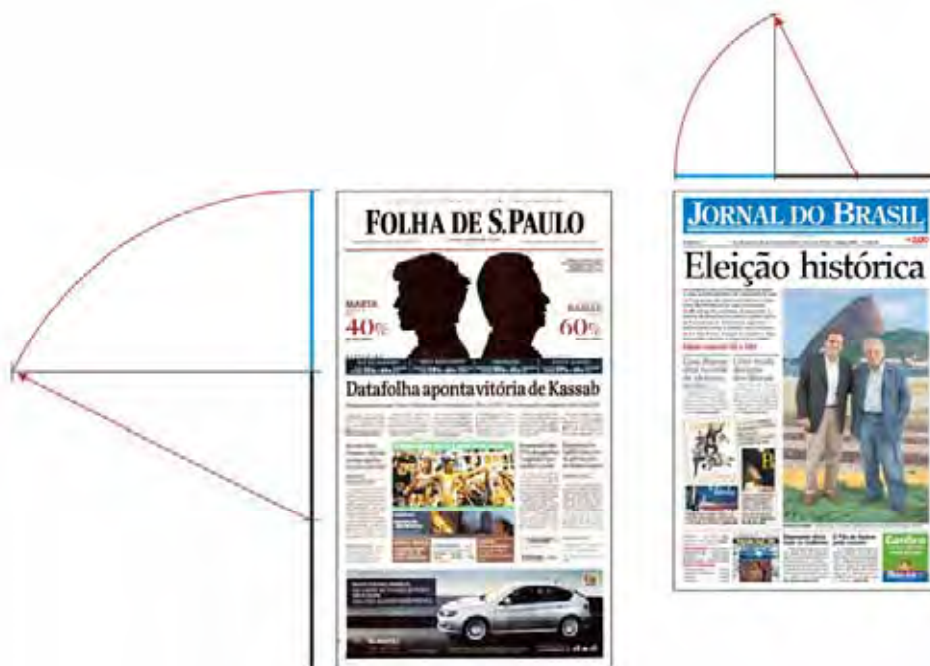


FIGURA 26 – Relação do segmento áureo e a divisão das capas dos jornais *Folha de S. Paulo* e *Jornal Brasil* do dia 26 de Outubro de 2006.

Fonte: *FOLHA de S.Paulo* (2008, p.1), *JORNAL do Brasil* (2008, p.1) e *JORNAL da Cidade* (2008, p.1)

Pela valorização gráfica e utilização de uma estética adequada às informações entre produto e usuário foi compreendida a presença de uma equipe de arte responsável pela manipulação dos elementos básicos do projeto editorial e da programação visual. Esta análise detectou os caminhos e soluções estabelecidas pelo designer, ou mesmo de um profissional qualificado em artes gráficas na configuração do produto. A importância destes veículos aqui descritos e dos recursos estrategicamente lidos para o design foi fomentar o avanço dos conceitos entre arte e notícia estruturados por empresas que buscaram estabelecer uma comunicação funcional e equilibrada inserindo criatividade plástica em suas capas. O design de página ficou mais evidente nas capas dos jornais *Folha* e *JB* que proporcionaram maior continuidade interpretativa entre forma e conteúdo. Estes jornais produziram primeiras páginas visualmente atrativas manifestando o papel do designer em sua configuração com maior ênfase. Os dois jornais citados expressaram-se notoriamente no destaque das informações principais reforçando o planejamento e as soluções encontradas pelo designer para a modulação da notícia. A *Folha* e o *JB* foram os que mais empregaram com objetividade os fundamentos e princípios do alfabetismo visual. Este fato pode ser comprovado pela descrição do processo gráfico e das forças compositivas no resultado de suas capas

esteticamente agradável aos olhos do leitor e objetiva na sinalização das informações. O emprego da proporção áurea, consciente ou inconscientemente, na divisão dos jornais *Folha* e *JB* reforçaram a presença do design de página. Notou-se que a capa do periódico *JC* necessita de mais contraste entre as informações principais. Contudo, o jornal atingiu também seu objetivo de comunicar visualmente a notícia e no papel do design de página no desenvolvimento e no processo criativo, bem como na estruturação da notícia. Observa-se que para uma otimização do espaço gráfico utilizado no *JC* seria indispensável o tratamento estético voltado ao reconhecimento rápido e ao consumo das informações com melhor divisão dos quadrantes e distribuição dos verbetes editoriais.

Constataram-se neste estudo a importância do grafismo envolvido ao processo comunicacional contemporâneo, a evolução da linguagem jornalística e a plasticidade empregada nos periódicos. O recorte estabelecido retratou, além do papel do designer na configuração da capa, a evolução da indústria gráfica no uso da criatividade na produção editorial para a interface adequada ao uso e à leitura da notícia.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa retratou o contexto histórico da evolução gráfica do jornal diário relacionada à institucionalização do design como área de conhecimento e como principal agente no tratamento estético formal do produto. O propósito deste trabalho foi estabelecido pela caracterização e pelos exemplos de redesenho dos periódicos voltados à manipulação visual consciente dos elementos básicos que compõem a página. Tal fator levou a compreender a dependência dos veículos impressos de profissionais capazes de tornar a leitura sem ruídos na comunicação, agradável e funcional na apresentação de um produto de qualidade. O designer valoriza, portanto a publicação através de recursos visuais necessários aplicados objetivando o estímulo cognitivo correto a serviço da informação.

A função do designer é dar sentido ao produto refletindo nele os anseios e ambições de uma população ou indivíduo. O design é uma área multidisciplinar e um importante agente social na aproximação entre arte, indústria e comunicação. Consolidado com o princípio funcional de acordo com as condições perceptivas do homem, tendências e estilos evolucionistas, o design permitiu o estado confortável das coisas no emprego de uma linguagem tecnológica nos procedimentos visuais relativos à cognição sensorial e psicológica na composição da página. A relação entre design e configuração da notícia no jornal diário é revelada ao leitor na concretização da estética adequada no produto gráfico e no sucesso da comunicação.

Metodologicamente o design colaborou com a evolução dos periódicos como um instrumento eficiente de comunicação gráfica, de composição, de criação e de identidade visual em forma de projeto. Estes fatores garantiram ao jornal sua sobrevivência como a maior fonte de informação e como formadores por excelência da opinião pública. O jornal diário historicamente também colaborou para a propagação das artes visuais e para o desenvolvimento da complexa estrutura de produção da notícia sendo o primeiro veículo verdadeiramente de massa com influência na formação da imprensa popular. Como agente cultural e ideológico os periódicos diários se tornaram singulares no processo comunicacional da notícia

sendo imitados por outros veículos de massa na distribuição dos grafismos e verbetes editoriais do universo jornalístico.

No projeto gráfico editorial de um jornal devem-se levar em consideração os novos modelos contemporâneos para a transmissão da notícia e os processos que compõem a página como fragmentação da malha geométrica, visualidade da notícia, redistribuição dos elementos constitutivos com um conteúdo visual ordenado no ato da leitura. Assim, torna-se fundamental o emprego do design de página que determine um processo comunicacional mais rápido e ágil a uma configuração que assegure visibilidade da mensagem impressa e seu significado corretamente compreendido durante o uso.

A análise de alguns itens básicos do projeto editorial e dos verbetes que compõem um diário serviu para a identificação da linguagem do design e metodologia projetual empregada na composição da capa. Provou-se a eficiência e a interdisciplinaridade no desenvolvimento do produto conferida pelas áreas de comunicação, arte gráfica e design. A busca de uma identidade, valores sociais e a proposta de soluções relacionadas à interface contemporânea da produção e uso de produtos pode ser encontrada com a utilização do design como moderador. O padrão de produção gráfica e soluções visuais respeitadas nas edições dos jornais, bem como suas reformas gráficas, revelaram a importância da união do departamento de arte e de produção editorial. Para o designer este fato é um fomento à sua efetiva participação na equipe e caminhos que proporcionem às páginas de um periódico diário visualidade plástica, beleza e leveza traduzidas em informações harmoniosas aos seus usuários, leitores da notícia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUILAR, Nelson (org.). **Catálogo Bienal Brasil Século XX**. São Paulo: Fundação Bienal, 1994.

AGUILERA, Yanet (org.) **Preto no Branco: a arte gráfica de Amílcar de Castro**. São Paulo: Discurso Editorial, 2005.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduações práticas**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. Disponível em: www.anj.org.br. Acesso em: 16 mar. 2008.

BAER, Lorenzo. **Produção Gráfica**. São Paulo: Senac, 1999.

BATISTA, Wagner Braga. Desenho Industrial e inovação tecnológica. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN. **Anais do Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. São Paulo, P&D Design, 5. ed., 2002. CD-ROM.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma História social da mídia – de Gutenberg à Internet**. Tradução de Maria Carmelita P. Dias. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

JORNAL Bom Dia, Bauru, 19 nov. 2006. Caderno A, p. 5.

BONSIEPE, Gui. **Teoria e prática do desenho industrial**. Elementos para uma análise crítica. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1978.

BRITO, Ronaldo. **Neoconcretismo – vértice e ruptura do projeto construtivo brasileiro**. São Paulo: Cosac & Naify, 1999.

BULLIMORE, Mark A.; HOWARTH, Peter A.; FULTON, E. Jane. **Evaluation of human work** – a practical ergonomics methodology, Chapter 27. Edited by John R. Wilson and E. Nigel Corlett 2ª ed, London: Taylor and Francis, 1995, 1134p.

CAMARGO, Mário de (org.) **Gráfica: arte e indústria no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Bandeirantes Gráfica, 2003.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede – A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto Gráfico: teoria e prática da diagramação**. 4. ed. rev. e ampl. São Paulo: Summus, 2000.

COPPI, Fernando Vancin. **Indicativos para um novo layout do Jornal da Cidade**. 2003. 71 p. Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru.

DeFLEUR, Melvin; BALL-ROCKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Tradução de Octavio Alves Velho. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

DePAULA, Marcus Vinícius. O Neoconcretismo e o mito da primeira página. In: CONGRESSO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN. **Anais do Congresso de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. São Paulo: P&D Design, 7. ed., 2006. CD-ROM.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

DOCZI, Gyorgy. **O Poder dos Limites** - Harmonias e Proporções na Natureza, Arte e Arquitetura. Tradução de Maria Helena O. Tricca e Júlia Bárány Bartolomei. São Paulo: Mercuryo, 1990.

DOMÍNIOS e especializações da Ergonomia. **ABERGO - Associação Brasileira de Ergonomia**, Pernambuco. Disponível em www.abergo.org.br. Acesso em: 25 setembro 2008.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. Tradução de Jefferson Luiz Camargo. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DORFLES, Gillo. **Introdução ao desenho industrial**. São Paulo: Edições 70, 1972.

DUL, J.; WEERDMEESTER, B. **Ergonomia Prática**. São Paulo: Edgar Blücher Ltda, 1991.

FARIA, José Neto de. Design editorial contemporâneo de periódicos: hiper rede e e-paper. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN. **Anais do Congresso Internacional de Pesquisa em Design**. São Paulo: ANPD, 4. ed., 2007. CD-ROM.

FERREIRA JR., André. **Capas de jornal – a primeira imagem e o espaço gráfico visual**. São Paulo, Senac, 2003.

FLEXOR, Carina; ROCHA, Cleomar; KALID, Renata. Projeto gráfico editorial. In: CONGRESSO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN. **Anais do Congresso de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. São Paulo: P&D Design, 7. ed., 2006. CD-ROM.

FOLHA de São Paulo, São Paulo, 26 Outubro 2008. Edição nacional, 1-106 p.

FOLHA de São Paulo. **Primeira Página**. São Paulo: Publifolha, 2006.

FOLHA lança novo projeto gráfico. **Folha Online**, São Paulo, 14 maio 2006. Disponível em www.folha.uol.com.br. Acesso em: 02 março 2008.

FRUTIGER, Arian. **Sinais e Símbolos: Desenho, Projeto e Significado**. Tradução de Carina Jannini. São Paulo, Martins Fontes , 1999.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do Objeto**: sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras, 2002.

GOMES FILHO, João. **Ergonomia do Objeto – sistema técnico de leitura ergonômica**. São Paulo: Editora Escrituras, 2003.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **Design gráfico**: do invisível ao ilegível. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia**: a informação da cor informação no jornalismo. São Paulo: Anna Blume, 2003.

HURLBURT, Allen. **Layout**: O Design da Página Impressa. Tradução de Edmilson O. Conceição e Flávio M. Martins. São Paulo: Nobel, 2002.

IIDA, Itiro. **Ergonomia projeto e produção**. São Paulo: Edgar Blücher, 1990.

JORNAL da Cidade, Bauru, 26 Outubro 2008. Jornal da Cidade, 1-88 p.

JORNAL do Brasil, Rio de Janeiro, 26 Outubro 2008. Edição nacional, 1-76 p.

JURY, David. **What is typography?** Switzerland, UK: Rotovision, 2006.

LAGE, Nilson. **Linguagem Jornalística**. 7. ed. São Paulo: Ática, 2001.

LESSA, Washington Dias. **Dois Estudos de Comunicação Visual**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

LIMA, Guilherme Cunha; AZEVEDO, Dúnya. Amílcar de Castro: um pioneiro que revolucionou o design de jornais brasileiros. In: CONGRESSO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN. **Anais do Congresso de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. São Paulo: P&D Design, 7. ed., 2006. CD-ROM.

LÖBACH, Bernd. **Desenho industrial**. Bases para a configuração dos produtos industriais. Tradução de Freddy Van Camp. São Paulo: Edgar Blücher, 2001.

MANUAL de Redação: Folha de São Paulo. 4. ed. São Paulo: Publifolha, 2001.

MAZINI, Ezio ; VEZZOLLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

MORAES, Ary. O redesenho de jornais impressos e seus atores. **Estudos em Design**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 81-87, ago. 1996.

MORAES, Dênis de (org.) **Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder.** Rio de Janeiro: Record, 2004.

MORAES, Dijon de. **Limites do Design.** São Paulo: Studio Nobel, 1999.

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual.** São Paulo: Martins Fontes, 1997.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de Semiótica Aplicados ao Design.** Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

NIEMEYER, Lucy. **Tipografia: uma apresentação.** 4. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2006.

NEGROPONTE, N. **A vida digital.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

PEVSNER, Nikolaus. **Os pioneiros do desenho moderno de William Morris a Walter Gropius.** Tradução de João Paulo Monteiro. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

PORTA, Ariel Gonzáles. **A Filosofia a partir de seus problemas.** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento Visual Gráfico.** Brasília: Linha Gráfica, 1998.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e Cultura – a experiência cultural na era da informação.** Lisboa: Editorial Presença, 1993.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** 22. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

SILVA, Rafael Souza. **Controle remoto de papel: o efeito zapping no jornalismo impresso diário.** São Paulo: Anna Blume, 2007.

SPINILLO, Carla G. **An analytical approach to procedural pictorial sequences.** 2000. p. Tese de Doutorado em Typography Graphic Communication. University of Reading, Reading, Inglaterra.

TELES, Gilberto Mendonça. **Vanguarda Européia e Modernismo Brasileiro.** Rio de Janeiro: Vozes, 1978.

VILLAS-BOAS, André. **Utopia e disciplina.** Rio de Janeiro: 2 AB, 1998.

VILLAS-BOAS, André. **Identidade e cultura.** Rio de Janeiro: 2 AB, 2002.

WOLF, Mário. **Teorias da comunicação.** Tradução de Maria Jorge V. Figueiredo. 5. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

WOLFE, Tom. **Da Bauhaus ao nosso caos.** Tradução de Lia Myler. Rio de Janeiro: Rocco, 1990.