

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
PROJETO EXPERIMENTAL EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA I

O *DESIGN* E A CONSTRUÇÃO DE UMA
IDENTIDADE FEMININA NA REVISTA *TPM*

Raquel Tamborindeguy Carvalhal

Porto Alegre
2006

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
PROJETO EXPERIMENTAL EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA I

O *DESIGN* E A CONSTRUÇÃO DE UMA
IDENTIDADE FEMININA NA REVISTA *TPM*

Raquel Tamborindeguy Carvalhal

Requisito parcial para a conclusão do
Curso de Comunicação Social –
Publicidade e Propaganda

Orientador: Prof^ª Dr^ª Ana Cláudia Gruszynski

Porto Alegre
2006

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer à todos que contribuíram e me acompanharam neste percurso. Em especial à professora Ana Gruszynski, que aceitou carinhosamente me conduzir nesta jornada. Aos meus pais, pelo suporte e compreensão, à minha irmã, por ter dado uma luz para nossas vidas, justamente quando estava concluindo este trabalho e, principalmente, ao Alan, grande amor da minha vida, pelo carinho e ajuda incondicional.

RESUMO

Este trabalho analisa de que modo os projetos editorial e gráfico da revista *TPM* interagem na configuração de uma revista que se apresenta como “diferente das outras”. Para isso, faz um levantamento da história da Trip Editora e, particularmente, da revista *TPM* compreendendo o posicionamento da publicação no mercado e sua relação com o público-leitor; sistematiza os elementos que compõem os projetos editorial e gráfico; e analisa a revista *TPM* procurando identificar e discutir de que modo o seu design dá forma a uma linha editorial. Observa-se que a relação entre a abordagem dos conteúdos e a forma gráfica da revista dialogam de maneira estreita, flexível, o que contribui de modo relevante para a constituição de sua identidade.

Palavras-chave: Revista *TPM*, design editorial, projeto gráfico, imprensa feminina.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Elementos do diagrama/ <i>grid</i>	21
Figura 2 – Edição 41, de março de 2005, principais páginas da reportagem vencedora do Prêmio Esso de Jornalismo, na categoria <i>Criação Gráfica</i> , do ano de 2005	38
Figura 3 – Edição 39, de janeiro de 2005, capas com fotos de Daniella Cicarelli e Marcelo Antony	41
Figura 4 – Edição 41, de março de 2005, capas com fotos de Vera Zimmermann, Cynthia Howlett e Penélope Nova	41
Figura 5 – Edição 45, de julho de 2005, uma capa com ilustração da personagem Olívia Palito e outra, com foto de Mariana Ximenes	41
Figura 6 – Edições que compõem o <i>corpus</i>	51
Figura 7 – Cartola e legenda com relação à margem	55
Figura 8 – Exemplos de quantidade de colunas (Ed. 55 – jun. 2006)	56
Figura 9 – Exemplo de largura de colunas na seção <i>Badulaque</i> (Ed. 55 – jun. 2006)	57
Figura 10 – Variações na numeração das páginas (Ed. 54 – mai. 2006)	58
Figura 11 – Exemplos de proximidade	59
Figura 12 – Exemplos de equilíbrio	60
Figura 13 – Exemplos de assimetria	61
Figura 14 – Exemplos de textos em caixa alta com cores variadas	67
Figura 15 – Exemplos de textos posicionados sobre imagens que causam diminuição do contraste	69
Figura 16 – Exemplos de textos posicionados sobre imagens sem haver prejuízo no contraste	70
Figura 17 – Exemplos de textos protegidos sobre quadros	71
Figura 18 – Exemplos de manipulação de fotografias	77
Figura 19 – Exemplos de interferência de ilustrações em textos	79
Figura 20 – Exemplos de interferência de fotografias em textos	80
Figura 21 – Exemplos de interferência de ilustrações sobre fotografias	81
Figura 22 – Exemplos de variações no contraste do logotipo em relação à imagem da capa .	83
Figura 23 - Exemplos de variações no contraste dos tipos em relação ao fundo da capa	84

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Variações da família <i>Formata</i> quanto ao peso e à inclinação.	26
Quadro 2 – Seções em que a revista está dividida, com o número de páginas dedicadas a cada uma delas nas últimas seis edições	44
Quadro 3 – Elementos do <i>grid</i>	54
Quadro 4 – Análise da tipografia	65
Quadro 5 – Quadro comparativo das funções exercidas pelas imagens.....	74
Quadro 6 – Quadro comparativo das formas de obtenção das imagens.....	74
Quadro 7 – Análise comparativa da interferência das imagens	78
Quadro 8 – Comparativo dos elementos que compõem a capa	83

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
2	AS REVISTAS E O <i>DESIGN</i>	11
2.1	O <i>design</i>	14
2.2	O processo do <i>design</i>	16
2.3	Projeto editorial e projeto gráfico	20
2.3.1	Diagrama ou <i>grid</i>	21
2.3.2	Tipografia.....	25
2.3.3	Imagens.....	28
3	A TRIP EDITORA	35
3.1	Revista <i>Trip</i>	38
3.2	Trip Para Mulheres.....	39
3.2.1	Seções	42
3.2.2	Duas maneiras de olhar.....	44
3.2.3	Público	47
4	ANÁLISE DO PROJETO GRÁFICO DA REVISTA <i>TPM</i>	50
4.1	Análise do <i>grid</i>	52
4.2	Análise da tipografia	62
4.3	Análise das imagens.....	73
4.4	Análise quanto às capas.....	82
4.5	Considerações gerais.....	85
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	89
	ANEXOS	92

1 INTRODUÇÃO

Sempre que visitamos uma banca de revista, nos deparamos com um número crescente de títulos cada vez mais segmentados, dirigidos para públicos bem específicos. Com as revistas femininas, não poderia ser de outra forma. Para cada tipo de mulher, existe uma revista diferente, que aborda assuntos de seu interesse. Dentro desse universo, podemos encontrar veículos segmentados pelo público, que buscam desde adolescentes, que apresentam grande potencial de consumo, até mulheres maduras; assim como segmentados pelos temas que abordam, como receitas culinárias, tricô ou crochê, arquitetura, moda, comportamento, educação infantil, direitos da mulher, etc.

Essa segmentação é característica do próprio meio de comunicação. Porém, atualmente, podemos facilmente encontrar um direcionamento cada vez maior, ou seja, veículos que buscam leitores específicos com interesses singulares. Tal tendência pode ser uma característica do nosso tempo, no qual, cada vez mais, a lógica do consumo nos encaixa em nichos de mercado a serem explorados.

Dentre os projetos editoriais dirigidos ao público feminino, a revista *TPM* – vinculada à Trip Editora – vem se destacando como um produto inovador. Isso pode ser comprovado por meio dos prêmios na área de jornalismo recebidos pela publicação desde seu lançamento, assim como pela conquista de um grupo de leitoras identificadas com um discurso que busca

dialogar com uma mulher culta, com ambições profissionais, segura de si e de sua feminilidade.

Dentre os prêmios recebidos, a *TPM* foi vencedora do Prêmio Esso de Jornalismo em 2005 na área de criação gráfica. A importância cada vez maior dada à atividade de *design* no processo de produção de uma revista, auxiliando a manter a identidade da publicação¹ e consolidando visualmente a linha editorial de um produto jornalístico, mobilizou o interesse pelo tema. Levando em conta que a revista *TPM* se apresenta como uma revista “diferente das outras”, que aspectos relativos ao *design* gráfico da revista manifestam esta proposta? Quais elementos do seu projeto gráfico a singularizam no âmbito das revistas dirigidas ao público feminino?

A partir destas questões estabelecemos nosso objetivo geral: compreender de que modo o projeto gráfico da revista *TPM* se configura para que se distinga como uma proposta editorial “diferente das outras”.² Os objetivos específicos da pesquisa são: levantar a história da Trip Editora e, particularmente, da revista *TPM* compreendendo o posicionamento da publicação no mercado e sua relação com o público-leitor, sistematizar os elementos que compõem os projetos editorial e gráfico, e analisar a revista *TPM* procurando identificar e discutir de que modo o seu *design* dá forma a uma linha editorial.

Para desenvolver o trabalho, efetuamos uma pesquisa bibliográfica que permitiu o levantamento e a compreensão dos conceitos e elementos essenciais relacionados aos projetos editorial e gráfico de revistas, bem como aqueles identificados com sua caracterização como meio impresso. Realizamos a seguir um estudo de caso, que envolveu uma pesquisa sobre o

¹ Neste estudo, quando tratamos sobre identidade de uma publicação estamos nos referindo à possibilidade de identificação de cada volume de uma revista, livro, ou jornal, como pertencente a determinada publicação, seja ela através de elementos gráficos presentes ou de seu projeto editorial.

² O editorial da primeira edição da revista já mostrava o objetivo de ser uma revista que trate a mulher de maneira diferente do que é tratado por outras publicações voltadas para o público feminino (ver capítulo 3).

histórico da Trip Editora e da revista *TPM* e uma análise minuciosa do projeto gráfico das edições de número 50, 51, 52, 53, 54 e 55, referentes ao primeiro semestre de 2006. Como não se trata de um resgate histórico, consideramos o critério de atualidade para selecionar o *corpus* da pesquisa.

Ao traçar as minúcias de um projeto gráfico que, à primeira vista, pode parecer sem uma lógica ou estrutura e perceber como este se relaciona com o projeto editorial de uma revista de destaque no mercado, este trabalho permitirá um maior entendimento sobre a importância do design na sua relação com a linha editorial de uma publicação. Como profissional em formação que atua na área do design gráfico, poder pesquisar em profundidade um tema relacionado à atividade profissional permite aliar os aspectos práticos e teóricos abordados ao longo do curso. No âmbito dos estudos na área de comunicação, o assunto tratado é atual e vem se constituindo como um campo que agrega pesquisas tanto relacionadas ao design como à imprensa feminina, conforme pudemos observar ao longo da construção do nosso referencial teórico.

Para atingir nosso objetivo, o trabalho foi estruturado de modo que no capítulo dois apresentamos o conceito e um breve histórico das revistas femininas no Brasil. Além disso, tratamos de conceituar a atividade de *design*, sistematizar o seu processo e mostrar a sua importância como mediadora da proposta editorial de uma revista. No capítulo três, levantamos o histórico da Trip Editora e da revista *TPM*, com o objetivo de traçar a proposta editorial da publicação e o perfil de seu público. Já no capítulo quatro, efetuamos a análise das edições que compõem o *corpus* selecionado, como o propósito de encontrar características de seu projeto gráfico que possam manifestar o seu projeto editorial. Por fim, no capítulo cinco, tecemos as considerações finais.

2 AS REVISTAS E O *DESIGN*

O conceito de revista pode ser definido, em linhas gerais, como uma publicação periódica que se difere do jornal tanto pelo tratamento visual quanto textual (NASCIMENTO, 2002, p. 8). Para Scalzo (2004), as revistas estão em um meio termo entre o jornal e o livro. Aprofundam-se mais que os jornais, porém menos que os livros. Da mesma forma, a revista é menos efêmera que o jornal. Um jornal geralmente é lido e jogado fora, pois, no dia seguinte, já estará desatualizado. As revistas podem apresentar uma periodicidade semanal, quinzenal, mensal ou até mesmo anual e, assim, geralmente são guardadas por mais tempo. Outra característica que diferencia a revista de um jornal, para Scalzo, é seu formato:

Ela [a revista] é fácil de carregar, de guardar, de colocar numa estante e colecionar. Não suja as mãos como os jornais, cabe na mochila e disfarçada dentro de um caderno na hora da aula. Seu papel e impressão também garantem uma qualidade de leitura – do texto e da imagem – invejável.” (SCALZO, 2004, p. 39)

Muniz Sodré (1998), afirma que, por apresentar uma vocação predominantemente visual, as revistas estão voltadas ao entretenimento, para as horas vagas e apresentam um texto mais “leve” do que os jornais.

Além disso, as revistas se caracterizam também pela segmentação do seu público. Proliferam-se nas bancas títulos cada vez mais especializados. Dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC) (NASCIMENTO, 2002, p. 9) consideram no Brasil pelo menos vinte gêneros de classificação dos principais títulos em circulação: interesse geral/informação/atualidades, interesse geral/ ciência, interesse geral/leitura, interesse geral/negócios, interesse geral/turismo, feminina/comportamento/beleza, feminina/jovem, feminina/moda/ trabalhos manuais, feminina/puericultura, feminina/culinária, feminina/saúde, masculina, esporte/automobilismo, arquitetura, decoração, astrologia, cinema/música/TV, construção, infanto-juvenil, games, informática, entre outros. Porém, essa classificação não leva em conta as segmentações que podem ocorrer dentro de cada categoria, como por exemplo, revistas femininas, que tratam de moda e comportamento, voltadas para mulheres da classe A, de 25 à 35 anos.

Conforme Buitoni (1990, p. 17), “a imprensa feminina elegeu a revista como seu veículo por excelência”. Antes mesmo dessa grande segmentação com relação ao leitor que encontramos hoje no mercado, já existiam revistas destinadas especificamente para mulheres. A caracterização de imprensa voltada para o público masculino, por exemplo, só veio surgir bem depois.

Embora muitas vezes os periódicos sejam redigidos por mulheres, isso não é uma condição necessária para a imprensa feminina. Não podemos também definir somente pelos temas tratados, já que variam desde receitas de bolo, figurinos, horóscopo, dicas de maquiagem, até educação infantil, arquitetura, comportamento, direitos da mulher. O que a caracteriza é o sexo de suas consumidoras (BUITONI, 1990, p. 8). Contudo, existem alguns temas que são recorrentes na imprensa feminina. Segundo Buitoni (1990), quase não existe revista feminina que não trate do tema “coração”, seja enfocando o romance, o melodrama, a

análise ou o sexo. Além disso, moda, culinária, decoração e beleza estão tradicionalmente presentes na maior parte das publicações.

A notícia é o elemento básico do jornalismo, está ligada ao registro de fatos atuais e apresenta uma dimensão temporal bem marcada. Para a imprensa feminina, o atual adquire a conotação de novidade. Buitoni (1990, p. 13) afirma que nas revistas femininas, “a fim de parecer sempre atual, usa-se o novo”. Muitas vezes nascidos sob o signo da moda, os veículos impregnaram-se da febre do novo. A moda tem obrigação de ser atual, porém é uma atualidade fabricada de acordo com as tendências de mercado e a novidade é uma qualidade que pode ser atribuída a qualquer objeto. As revistas femininas valorizam a atualidade, no sentido de novidade, mostrando as “últimas tendências” em moda, decoração, comportamento, cosméticos, etc.

O primeiro periódico feminino publicado no Brasil foi *O Espelho Diamantino*, lançado em 1827, que abordava assuntos como política, literatura, belas-artes e moda. Até meados da década de 1950, não houve nenhuma grande evolução nas revistas femininas, que tratavam basicamente de literatura e moda. O crescimento da indústria e conseqüentemente da publicidade, o fortalecimento do mercado interno e a expansão da classe média permitiram, nessa época, o início da vinculação entre a imprensa feminina e o consumo, e a possibilidade de lucro passou a determinar se uma revista devia ou não existir. A revista *Cláudia* foi lançada pela Editora Abril em 1961, buscando uma identidade com a mulher da classe média urbana estimulada por um consumo emergente. Porém, desde seu lançamento, a revista trata basicamente do “mundo doméstico”.

Nos anos 1970, a disseminação da pílula aticoncepcional, a liberação sexual e a inserção da mulher no mercado de trabalho abriram espaço para que fossem lançadas revistas que se comunicassem com esse novo perfil de mulher que estava se constituindo e que

tivessem em sua pauta mensal o tema sexo. Segundo Buitoni (1990), a revista *Cláudia* assim como a *Capricho* – que publicava na época basicamente fotonovelas – era bastante cautelosa em abordar o assunto, o que permitiu o lançamento de publicações como a *Nova*, em 1973, voltada para a mulher solteira ou casada com ambições profissionais e certa “liberação sexual”. Seguindo essa tendência, nos anos posteriores foram lançadas diversas publicações em que o sexo era tema recorrente. Entre elas estão *Carícia*, da Editora Abril; *Mais* e *Eva*, da Editora Três; e *Carinho*, da Editora Bloch.

A fotografia e o desenvolvimento das técnicas de impressão fizeram da revista uma mídia cada vez mais visual. O leitor geralmente folheia a revista antes de ler e a partir desse primeiro contato visual é que a leitura é desencadeada. Para Barbosa (1996), a revista é estruturada em três níveis básicos de leitura: leitura global (títulos, subtítulos, imagens), leitura descontínua (*leads*,³ chamadas, legendas, sumário) e leitura contínua (artigos, comentários, notas). Essa constatação reforça ainda mais a importância do *design* para uma revista, na medida que auxilia na manutenção da identidade do veículo, assim como na conquista de novos leitores.

2.1 O *design*

O *design* é uma atividade relacionada a projeto, plano, propósito. Nesse sentido, Kopp afirma que o design “[...] privilegia o planejamento e organização (desde um edifício até uma caixa de fósforos) de elementos estético-funcionais [...], visando à efetivação dos objetivos traçados para o produto em questão”. (KOPP, 2002, p. 41) Os elementos do *design* são viabilizados pelas possibilidades técnicas disponíveis em uma determinada época ou lugar.

³ *Lead* é a introdução ou abertura de uma notícia ou reportagem. O *lead* em geral é constituído do primeiro parágrafo. A palavra provém do inglês, que significa “comando”, “liderar”, “guiar”, “induzir”, “encabeçar”.

Assim, o produto final dessa atividade não pode ser desvinculado do objetivo desejado, assim como das características da época em que está inserido.

Gruszynski (2000) ainda acrescenta que além da atividade estar associada ao compromisso de comunicar, visando obter respostas e efeitos do público ao qual se dirige, também se deve levar em consideração o papel do profissional de *design*, já que é ele quem vai optar por um ou outro recurso ou estratégia para articular a mensagem em seu aspecto visual.

Reafirmando a idéia de uma forte relação com o planejamento, Villas-Boas afirma que o *design* gráfico só pode ser considerado como tal se compreender “quatro aspectos básicos: formais, funcionais-objetivos (ou, simplesmente, funcionais), metodológicos e, finalmente, funcionais-subjetivos (ou simbólicos)” (VILLAS-BOAS, 2001, p. 8), contrapondo a noção abrangente de que tudo que de alguma forma for produzido pela indústria gráfica seja considerado *design* gráfico.

A respeito dos aspectos subjetivos do *design*, Wollner, em texto para o Guia ADG Brasil (Associação dos Designers Gráficos do Brasil) de prática profissional, considera que o *designer* deve buscar um equilíbrio entre a técnica e a intuição:

Se for só técnico, vira engenheiro; não pode ser só intuitivo, senão é artista. Vai precisar de um ferramental técnico, de uma linguagem, de uma tecnologia e terá que saber falar, comunicar-se, explicar o conceito para o cliente, justificar determinadas escolhas e caminhos. (WOLLNER, 2003, p. 20).

Podemos afirmar então que o resultado da atividade de *design*, da mesma forma que possui uma estreita ligação com o objetivo de comunicação e possui um propósito a cumprir, se relaciona com as decisões tomadas pelo profissional que executou o trabalho. Isso mostra que não existe uma forma única e mais correta no processo do *design*. “Se solicitarmos a dez *designers* a solução para o mesmo problema, teremos dez respostas distintas, todas tão boas quanto seus autores.” (ADG BRASIL, 2002, p. 91)

A Associação dos Designers Gráficos do Brasil (ADG Brasil) procurou sistematizar algumas das especialidades nas quais o *design* se divide. A primeira ênfase apresentada é o *design gráfico*, responsável pela identidade corporativa, ou seja, marcas e logotipos. Já o *design institucional* desenvolve catálogos e outros materiais impressos que tenham a necessidade de estar em sintonia com a identidade corporativa. O *design editorial* abrange o projeto de livros, revistas e jornais. O *design de embalagens* é responsável pela identidade, ou seja, pela “vestimenta” de um produto. Intimamente ligado a este último, está o *design de material promocional*, que trabalha com lançamento de produtos e o desenvolvimento de brindes, displays de pontos-de-venda, etc. Já o *design ambiental* está relacionado com projetos de sinalização, que visam otimizar o funcionamento de edifícios complexos, tais como *shopping centers*, hotéis, hospitais, museus, etc., e com projetos de ambientação, recintos inteiramente concebidos pelo *designer*, como stands, exposições, eventos, etc. (ADG BRASIL, 2002)

Levando em conta esta esquematização realizada pela ADG Brasil (2002), nossa pesquisa se situará no âmbito do *design* editorial, já que lida com a produção de periódicos. Porém, para podermos ir mais adiante no conceito de *design* editorial, devemos entender o processo de *design*, analisando as etapas desse planejamento, que são comuns a todas as áreas do *design* gráfico.

2.2 O processo do *design*

A ADG Brasil (2002), em uma tentativa de sistematizar o processo de *design*, dividiu-o em etapas. Porém essa divisão representa, na verdade, um esforço para explicitar didaticamente o percurso que o *designer* realiza na elaboração do projeto, já que, muitas vezes, algumas dessas etapas são superpostas ou mesmo desconsideradas.

O *briefing* é o primeiro contato entre o cliente e o *designer*,⁴ no qual aquele deve apresentar “o problema a ser resolvido, o contexto no qual ele está inserido e os fatores condicionantes de sua resolução” (ADG BRASIL, 2002, p. 93). Isto é, o cliente expõe os objetivos que deseja alcançar, sinalizando o público que pretende atingir, a situação atual e a desejada. É importante que nesta fase sejam também definidas questões como prazo e verba disponível para o projeto, já que é a partir do documento resultante deste contato que será desenvolvido o trabalho. Conforme Castedo e Gruszynski (2005, p. 319), esta etapa está “fortemente ligada à definição da linha editorial do periódico”, no caso do projeto gráfico de publicações.

A próxima fase é o *levantamento de dados*. O *designer* vai em busca das informações necessárias para o entendimento do problema e a realização do projeto. Devem ser levantados dados sobre o público-alvo, visando traçar seu perfil. Esta fase pode durar mais ou menos tempo, dependendo do nível de conhecimento que o *designer* tem sobre o assunto e da complexidade do problema a ser resolvido. Somente após o levantamento dos dados e o total entendimento do problema pode-se passar para as próximas fases.

A principal etapa é a *conceituação e elaboração do projeto*. É nela que o *designer*, de posse das informações obtidas no levantamento de dados, estabelece diretrizes conceituais e visuais para a resolução do problema. Essas diretrizes são fruto de “um esforço analítico de avaliar, ponderar, virar e revirar o problema de modo a examiná-lo dos mais variados pontos de vista e identificar cada um dos fatores que o constituem” (ADG BRASIL, 2002, p. 96). Este momento é, muitas vezes, retratado como o momento mágico da criação, já que é nele que a subjetividade do *designer* vai se manifestar, pois as diretrizes traçadas são seu modo particular de resolver o problema.

⁴ Na prática, muitas vezes não é o próprio designer que vai realizar o projeto quem elabora o *briefing* juntamente com o cliente, e sim um profissional especializado em atendimento.

Após a definição das diretrizes do projeto, é necessária a *apresentação da proposta ao cliente*. É elaborado um estudo preliminar ou um plano diretor para que essas diretrizes sejam expostas. Geralmente é montado um protótipo, no qual são observadas as possíveis falhas do projeto. Nesse momento, podem haver alguns ajustes ou até mesmo a reconceituação do trabalho. Somente após a aprovação da proposta pelo cliente é possível que se parta para a próxima etapa.

O *desenvolvimento do projeto* é o momento em que a proposta enfrenta a realidade, torna-se concreta em todos os detalhes. As imagens são produzidas, é feita a diagramação de todo o conteúdo e todas as peças são finalizadas. Aqui, Castedo e Gruszynski (2005, p. 220) fazem uma diferenciação entre o processo do *design* editorial e o processo de outras áreas do *design* gráfico: não se trata da mesma coisa a elaboração do projeto gráfico de uma publicação, no qual são criadas as diretrizes visuais, e sua diagramação. Muitas vezes, não é o profissional que elaborou o projeto gráfico quem fará a diagramação, assim como um mesmo projeto gráfico pode servir para vários volumes de uma publicação, sejam eles revistas, jornais ou até mesmo livros reunidos em uma coleção.

Nesta etapa, é muito importante o diálogo do *designer* com os profissionais de outras áreas. Em um periódico, é o *designer* quem faz a intermediação entre o texto jornalístico e o leitor. Sendo assim, é necessário que a diagramação esteja em sintonia com a proposta editorial da publicação. Para Scalzo, é essencial um diálogo entre *designers*, jornalistas e fotógrafos, para que se possa oferecer para os leitores páginas ao mesmo tempo informativas e sedutoras, e é justamente por esse motivo que hoje em dia as redações de revistas “estão derrubando cada vez mais paredes e barreiras, e construindo espaços comuns [...] que farão a diferença na edição” (SCALZO, 2004, p. 59).

Após o fechamento de todas as peças que compõem o projeto ou a disposição do

conteúdo em todas as páginas, é necessária, para qualquer tipo de projeto gráfico, a produção de modelos, protótipos ou provas, para que seja feita a revisão final, tanto pelo *designer* como pelo cliente. As próximas etapas são as de *pré-produção* e *produção*, nas quais é acionado um grande número de recursos técnicos para que o produto torne-se algo concreto. Na pré-produção, as imagens são digitalizadas em alta resolução e, muitas vezes, manipuladas digitalmente. Além disso, são gravados fotolitos, caso necessário.

Já a produção é a execução do projeto, quando são gravadas as matrizes, feita a impressão e, por fim, o acabamento. Geralmente nesta etapa entram em cena especialistas nas modalidades técnicas envolvidas, e o *designer* passa a atuar no papel de fiscal, com o objetivo de garantir que os serviços sejam executados dentro das especificações fornecidas. Muitas vezes, quem faz esse acompanhamento a partir da pré-produção é o produtor gráfico, que é especializado no conhecimento das condições técnicas para a execução dos serviços, assim como dos fornecedores disponíveis. É necessária uma harmonia e um contato permanente entre o *designer* e o produtor, para que as intenções do primeiro sejam garantidas no produto final.

A última etapa, que muitas vezes é deixada de lado, é o *balanço*. O objetivo é avaliar o trabalho recém-realizado e contribuir para “oxigenar rotinas cristalizadas e balizar caminhos em projetos futuros” (ADG BRASIL, 2002, p. 104). No caso de periódicos, o processo de contato com o cliente e com o usuário final torna-se essencial para que possam ser feitos ajustes para manter a publicação em sintonia com a proposta editorial e com seu público. Segundo Scalzo (2004), na maioria das revistas bem-sucedidas do mercado, sempre existe, de algum modo, uma forma de escutar periodicamente o público, seja por meio de pesquisas formais ou informalmente, na simples observação de um leitor folheando a revista.

2.3 Projeto editorial e projeto gráfico

Conforme mencionado anteriormente, os projetos editorial e gráfico necessitam estar em sintonia, já que o projeto gráfico é uma das formas pela qual o projeto editorial será representado. Leslie (2003) afirma que as revistas são, em um nível mais básico, texto e imagem criados em colaboração entre *designers* e jornalistas, e que a química entre os dois é um componente decisivo no processo. Moraes (1998) conceitua o projeto editorial de um periódico como a forma que a empresa que o mantém possui para atingir seus objetivos por meio da publicação. O projeto editorial fica evidente na orientação que o veículo dá às matérias, na redação e na apresentação das páginas (MORAES, 1998, p. 37).

Dorneles (2006) faz uma divisão do conteúdo de uma página de revista mostrando três unidades distintas: textos, dados infográficos e imagens. Esses são, basicamente, os elementos com que o *designer* conta para a elaboração de uma página. O projeto editorial torna-se perceptível no projeto gráfico por meio da forma como esses elementos são apresentados.

Conforme Hoeltz (2001), na elaboração de um projeto gráfico para periódicos, são manipulados alguns elementos que, muitas vezes, não são percebidos na leitura de uma página. Contudo, sua definição é necessária para que seja assegurada a identidade dentro de uma mesma edição, assim como entre seus diversos volumes. Destacam-se entre eles: o uso de um diagrama (também chamado de *grid*), a escolha tipográfica e o uso de imagens. As decisões que o *designer* toma permitem que “ao visualizarmos um jornal ou revista possamos identificá-lo facilmente através de uma tipologia específica, divisão de colunas, distribuição das notícias e logotipo” (HOELTZ, 2001, p. 2).

2.3.1 Diagrama ou *grid*

O diagrama é uma estrutura formal que “[...] permite ao *designer* criar diferentes *layouts* contendo uma variedade de elementos, sem, todavia, fugir da estrutura predeterminada” (HURLBURT, 1986, p. 82). Além disso, para Lupton (2006), os diagramas são projetados para responder às pressões internas do conteúdo, como textos e imagens, e às pressões externas da margem ou da moldura. Os diagramas “podem ser simples ou complexos, específicos ou genéricos, rigidamente definidos ou livremente interpretados” (LUPTON, 2006, p. 113), dependendo do tipo e tamanho do projeto no qual eles serão utilizados.

No diagrama, são definidos o número de colunas por página, a largura das colunas e o espaço entre as colunas e as margens da página (Figura 1). O diagrama assume uma função importante no *design* editorial, pois proporciona um sentido de unidade e seqüência a um periódico, mesmo que existam grandes variações de conteúdo de um volume para outro.

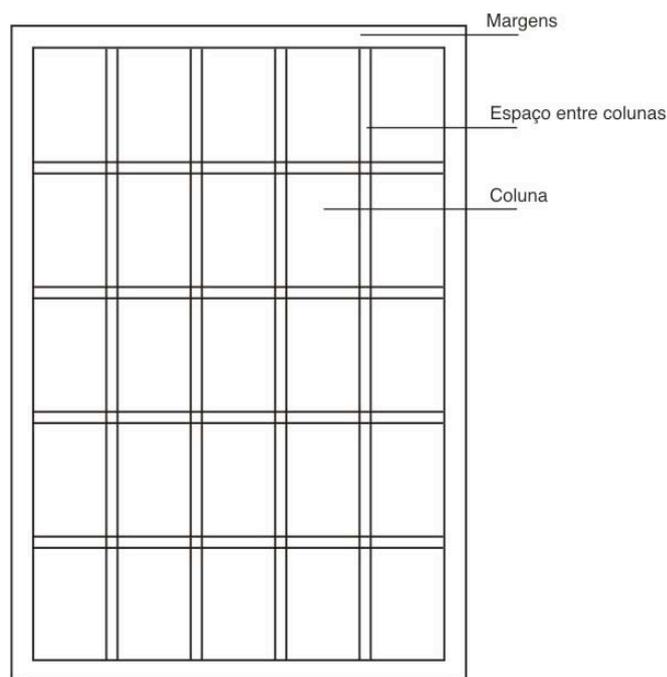


Figura 1 - Elementos do diagrama/*grid*

Diagramas com múltiplas colunas oferecem uma maior flexibilidade para o conteúdo. Podem ser usadas duas colunas do *grid*, por exemplo, para proporcionar elementos ou blocos de texto com larguras diferentes dentro de uma mesma página. Além das áreas verticais, criadas pelas colunas, Lupton (2006) mostra que também se pode dividir a página horizontalmente, reservando, por exemplo, uma área no topo para imagens e legendas.

Existem tanto defensores quanto detratores do uso de diagramas. Alguns *designers* consideram que o *grid* conduz a um formalismo excessivo. Porém, conforme afirma Hurlburt, o diagrama, se:

Usado com habilidade e sensibilidade, pode produzir *layouts* de bom efeito e funcionais. Aplicado a uma série de unidades pode dar origem a um sentido de seqüência, de continuidade, que dá distinção ao todo, pela padronização. Todavia, nas mãos de um designer não muito habilidoso, pode se converter numa autêntica camisa-de-força, resultando em *layouts* duros, de rígido formato. (HURLBURT, 1986, p. 83)

Em revistas e jornais, é comum o uso de diversas colunas em uma mesma página, o que faz com que a leitura seja mais ágil e menos cansativa. O sistema utilizado mais usualmente em livros, no qual a leitura se dá no sentido vertical (de cima para baixo), ocupando apenas uma coluna por página, tende à monotonia e dificulta a leitura. Esse tipo de diagramação faz com que os olhos do leitor percorram uma distância muito grande, levando ao cansaço e fazendo com que ele se perca na leitura quando muda de linha.

A margem possui uma função tanto estética quanto técnica, pois protege o conteúdo de pequenos desvios que podem ocorrer durante o acabamento, quando as páginas são cortadas. Há algum tempo as margens das páginas não são mais consideradas como “barreiras impecáveis à volta de blocos de texto” (LUPTON, 2006, p. 115), e muitos projetos gráficos de revistas extrapolam o limite delas, tanto com motivações estéticas quanto para sustentar cartolas, legendas, etc.

Ainda com relação à estrutura da página, devem ser levadas em consideração as chamadas zonas de visualização. Quando o leitor olha pela primeira vez para uma determinada página impressa, ele se depara com alguns elementos de grande atração visual posicionados estrategicamente, geralmente no chamado centro ótico da página,⁵ com o objetivo de chamar a atenção tanto para textos quanto para imagens. Para Hoeltz (2001, p. 6), quando recebemos uma comunicação escrita, instintivamente nossa visão se fixa no canto superior esquerdo do papel, pois estamos culturalmente condicionados a saber que o texto começa ali. Além disso, a autora afirma que a visão tende a se deslocar rapidamente na diagonal para o lado inferior oposto.

No entanto, Moraes (1998) nos apresenta uma pesquisa realizada pelo *Poynter Institute*, em 1991, com o objetivo de verificar como o olhar do leitor se desloca sobre uma página de jornal. Esta revelou que,

[...] quando o leitor entra numa página, sua atenção não está voltada para nenhuma posição predeterminada. Pelo contrário, sua atenção será dirigida ao elemento visual dominante e, a partir deste ponto de entrada, será deslocada pelos outros elementos da página. O instituto também pesquisou o processamento dos elementos da página, ou seja, os elementos que são vistos pelos leitores. De acordo com a pesquisa, o trabalho de arte – ilustrações e infográficos – é percebido pela maioria dos leitores (80%), seguido pelas fotografias (75%) e pelos títulos (56%). O texto aparece em sétimo lugar, com apenas 25%. (MORAES, 1998, p.40)

A relação entre os elementos da página também é relevante em um projeto gráfico, já que estes não são percebidos de forma isolada, e sim na relação entre si ou até mesmo com o todo da página. Estudiosos da Escola de Psicologia Experimental *Gestalt*, no início do século XX, após numerosas pesquisas, formularam uma teoria sobre o fenômeno da percepção da forma. Segundo essa teoria, as relações que fazemos entre os objetos não são motivadas culturalmente, mas determinadas por um processo fisiológico cerebral que tende a organizar

⁵ Existem teorias que sustentam que existe um ponto que é apreendido primeiro por quem está manipulando a peça gráfica. Esse ponto pode ser geometricamente calculado e é chamado de centro ótico da página. A esse respeito, consultar: COLLARO, Antônio Celso. **Projeto gráfico, teoria e prática da diagramação**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1996.

as formas percebidas pela retina do nosso olho em todos coerentes e unificados. Conforme afirma Gomes Filho,

[...] o que acontece no cérebro não é idêntico ao que acontece na retina. A excitação cerebral não se dá em pontos isolados, mas por extensão. Não existe na percepção da forma um processo posterior de associação das várias sensações. A primeira sensação já é de forma, já é global e unificada. (GOMES FILHO, 2004, p. 19).

Essa estrutura fisiológica origina forças integradoras que regem a percepção da forma. Os psicólogos da *Gestalt* dividiram essas forças em externas, que têm origem na estimulação da retina por meio da luz proveniente do objeto, e internas, que estruturam a forma em uma ordem determinada, a partir das condições de estimulação, ou seja, das forças externas. Após muitos experimentos, os gestaltistas observaram algumas constantes nessas forças internas, quanto à maneira como se ordenam ou se estruturam as formas psicologicamente percebidas. Essas constantes foram chamadas de princípios básicos de organização da forma perceptual, e explicam por que vemos as coisas de uma determinada maneira e não de outra.

Dentre os princípios básicos da *Gestalt*, as forças mais simples são as de *segregação* e de *unificação*. Elas se dão em virtude da igualdade ou da desigualdade de estímulo, formando unidades. Outra força importante para a formação de unidades é o *fechamento*. Esse é um fator de organização da forma, uma tendência a unir intervalos e estabelecer ligações entre os objetos. A *continuidade* também é um fator de organização da forma, no qual “toda a unidade linear tende, psicologicamente, a se prolongar na mesma direção e com o mesmo movimento” (GOMES FILHO, 2004, p. 21). Essa força atua no sentido de alcançar uma forma mais estruturalmente estável para o objeto. As forças de *proximidade* e *semelhança* atuam de forma parecida uma com a outra. Elementos óticos próximos, assim como semelhantes, uns aos outros, tendem a ser vistos como unidades. O último princípio básico da *Gestalt*, e que abrange todos os outros, é o da *pregnância da forma*. Segundo esse princípio, “as forças de

organização da forma tendem a se dirigir tanto quanto o permitirem as condições dadas no sentido da clareza, da unidade, do equilíbrio [...]” (GOMES FILHO, 2004, p. 21).

2.3.2 Tipografia

A escolha tipográfica é outro elemento importante para a identificação de uma revista. A tipografia envolve a seleção e a aplicação de tipos, assim como a composição das letras de um texto, com o objetivo de transmitir uma mensagem de modo eficaz e que gere no leitor significações pretendidas pelo destinador (NIEMEYER, 2003, p. 12).

O termo “tipografia” surgiu juntamente com a invenção da imprensa e dos tipos móveis por Gutenberg.⁶ Chamamos de fonte o conjunto de caracteres alfanuméricos (caixa alta e caixa baixa) e para-alfabéticos (algarismos e sinais de pontuação) baseados em um mesmo padrão de desenho. O conjunto de caracteres que possuem as mesmas características essenciais do desenho, porém com variações de tamanho, peso ou inclinação, é chamado de família. Os tipos podem ser apresentados em diversos tamanhos, o que chamamos de corpo da letra. O corpo corresponde à altura do tipo, que é medida em pontos. Já o peso, relaciona-se com a espessura dos tipos, que podem variar do mais fino ao mais espesso: extraclaro (*extralight*), claro (*light*), normal (*medium*), negrito (*bold*), extranegrito (*black*), etc. Quanto à inclinação, os tipos são classificados como normais (ou romanos) e itálicos (Quadro 1).

Peso	Exemplo
<i>Light</i>	Romano ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 !@#\$%^&*()

⁶ Devemos fazer a ressalva de que os chineses já utilizavam tipos móveis vários séculos antes de Gutenberg (NIEMEYER, 2003, p.20).

	<p>Itálico</p> <p><i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890 !@#\$%^&*()</i></p>
<i>Medium</i>	<p>Romano</p> <p>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 !@#\$%^&*()</p> <p>Itálico</p> <p><i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890 !@#\$%^&*()</i></p>
<i>Bold</i>	<p>Romano</p> <p>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 !@#\$%^&*()</p> <p>Itálico</p> <p><i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890 !@#\$%^&*()</i></p>
<i>Black</i>	<p>Romano</p> <p>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 !@#\$%^&*()</p> <p>Itálico</p> <p><i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890 !@#\$%^&*()</i></p>

Quadro 1 – Variações da família *Formata* quanto ao peso e à inclinação.

Cada família possui características específicas, associadas tanto à legibilidade quanto à intencionalidade, ajudando a transmitir a mensagem, e que devem ser levadas em

consideração na hora da sua aplicação. Por existirem inúmeros desenhos de tipos, foram estabelecidos alguns critérios para a classificação das famílias, agrupando-as segundo suas principais características. Niemeyer (2003, p. 41), apresenta a classificação adotada pela *Association Typographique Internationale*, conhecida como Vox/AtypI, que adaptamos de acordo com sua principal característica: a presença ou não de serifas.

- a) **Tipos com serifa** – Baseados na escrita com pena, proporcionam ao leitor um descanso visual, relacionado com suas serifas e com o contraste entre suas hastes. À exceção dos mecanizados, que possuem serifas marcantes, pesadas e sólidas, em geral foram originalmente desenhados para serem lidos de perto, mediante concentração.
- b) **Tipos sem serifa** – Geralmente são recomendados para títulos ou textos curtos, pois sua leitura pode tornar-se cansativa. De modo geral, não apresentam grande contraste entre as hastes, pois foram desenhados originalmente para leitura a certa distância. Possuem características mais modernas e têm origem na revolução industrial ou no movimento modernista, com inspiração geométrica e racionalista.

Essa classificação torna-se relevante no sentido de ajudar o profissional de *design* na hora da escolha do tipo mais adequado para cada situação, dependendo da mensagem e do objetivo de comunicação.

Ao definir o projeto gráfico de um periódico, são criados padrões para cada tipo de entrada textual, como tamanho, fonte, alinhamento, espaçamentos entre caracteres e entre linhas, para títulos, subtítulos, textos, legendas, olhos,⁷ cartolas,⁸ etc. Muitas vezes, é escolhida uma família de tipos com suas variações para que seja possível o uso de uma

⁷ Olho é um pequeno trecho da matéria colocado no meio da massa de texto, tradicionalmente entre colunas, para dar ênfase e substituir quebras. É muito utilizado em entrevistas.

variedade de fontes com características visuais semelhantes, conferindo uma unidade ao projeto. Essas variações, de acordo com Niemeyer (2003), proporcionam ao texto expressividade e ênfase necessárias à comunicação, semelhante ao que ocorre na comunicação verbal, com os recursos de linguagem gestual, tais como postura, expressão, fisionomia, movimentos e variações na altura, no tom e no ritmo da voz.

Os espaçamentos entre letras e entre linhas também são fatores ligados à legibilidade. “Quando a entrelinha é muito grande, a dificuldade e o tempo de leitura aumentam, pois tende a tornar-se mais difícil para o leitor seguir a seqüência correta de linhas. Do mesmo modo, uma entrelinha muito ‘fechada’ tende a embaralhar a leitura” (NIEMEYER, 2003, p. 63-64). O mesmo acontece com o espaçamento entre letras. Tanto o excesso quanto a falta de espaçamento prejudica a leitura. Se houver um espaçamento muito grande, cada letra será percebida individualmente, prejudicando a visão das palavras ou frases como um todo. Já se o espaçamento for pequeno ou inexistente, o texto será percebido como uma mancha, impossibilitando a leitura.

Com relação ao alinhamento do texto, ele pode ser alinhado à esquerda, à direita, justificado, centralizado ou, ainda, não-alinhado ou contornando imagens. Cabe aqui ressaltar que a escolha do tipo de alinhamento será também de acordo com a intenção do *designer*.

2.3.3 Imagens

Estudando a história das revistas, Scalzo (2003, p. 13) mostra que elas nunca tiveram uma vocação noticiosa, mas de entretenimento e educação. Muitas vezes, o leitor, antes de se ater a alguma seção específica, folheia toda a revista de maneira descomprometida. Sendo

⁸ São colocadas acima do título principal, complementando a informação. Geralmente organizam a publicação por assuntos.

assim, as imagens adquirem o papel de atrair o leitor para determinada matéria e, conforme visto anteriormente, sejam ilustrações, infográficos ou fotografias, as imagens são percebidas e memorizadas mais facilmente do que os textos e até mesmo os títulos das matérias.

Tendo em vista que as imagens “são cores e formas que se articulam para veicular significados que muitas vezes, mais do que os textos verbais, ficam impressos na consciência do seu interlocutor” (RAMALHO E OLIVEIRA, 2005, p. 153), e que conforme comprovado por Dorneles (2006) até mesmo as revistas semanais de informação estão abrindo cada vez mais espaço para as imagens com elevado apelo estético, torna-se necessária uma análise um pouco mais aprofundada sobre os significados que as imagens podem apresentar.

Como o termo é bastante abrangente e alguns autores o utilizam como sinônimo de ilustração, para este estudo, escolhemos utilizar “imagem” para designar qualquer tipo de figura que acompanhe o texto, podendo ser fotografias, ilustrações, infográficos, etc. Também convençamos chamar de “fotografia” imagens obtidas por meio de processo fotográfico, seja ele digital ou analógico, sem qualquer interferência posterior na imagem, situação para a qual utilizaremos os termos “fotografia manipulada” ou “fotografia com interferência”. Essa manipulação pode se dar tanto para fins estéticos, como, por exemplo, remover “imperfeições” da pessoa fotografada, quanto para acrescentar algum significado à imagem, inserindo ou retirando algum objeto, alterando o contexto da foto. Muitas vezes, a interferência é imperceptível, mas também pode ser propositalmente explícita, apresentando uma conotação satírica. O termo “ilustração”, neste trabalho, se refere a todas as imagens produzidas, seja por processo analógico ou digital, que não utilizem a técnica fotográfica.

Oliveira (2005), procurando traçar um referencial para o estudo da significação das imagens, mostra que elas, em geral, podem ter diversas funções (ou finalidades): “mágicas, religiosas, políticas, estéticas, epistêmicas, informativas, decorativas, persuasivas ou até comerciais. Além da função simbólica, que parece ser inerente à sua condição de imagem,

uma ou mais funções podem se realizar em uma mesma imagem” (RAMALHO E OLIVEIRA, 2005, p. 25). Além disso, as funções de uma imagem podem mudar ao longo do tempo. Por exemplo, os cartazes de espetáculo criados no início do século XX por Toulouse-Lautrec perderam, ao longo do tempo, sua função informativa. Hoje em dia, apresentam somente as funções simbólica e estética, e são considerados como obras de arte.

O parâmetro da funcionalidade contribui para o estudo da imagem, porém não é absoluto nem definitivo. Oliveira, baseada na idéia de que a imagem pode ser considerada como possuidora de um discurso e, assim, configurando uma estrutura narrativa, constrói uma espécie de referencial para “ler” imagens, ou seja, para tentar desvendar os vários significados que uma imagem possa ter. A seguir, apresentaremos, resumidamente, o modelo proposto pela autora para ler imagens (RAMALHO E OLIVEIRA, 2005).

Primeiramente, é necessário definir a linha ou as linhas que determinam a estrutura básica da imagem, ou seja, a estrutura geométrica: se ela possui uma ou mais linhas básicas, se são verticais, horizontais, paralelas, diagonais que se cruzam, figuras geométricas, se possui um ponto central, etc. A estrutura básica da imagem é o que vai dar sustentação à composição visual em seu todo.

Definido isso, parte-se para a identificação dos elementos constitutivos da imagem, tais como linhas, pontos, cores, planos, formas, luz, dimensão, textura e detalhes, além dos elementos que não podem ser chamados de constitutivos, pois não compõem a imagem, mas também geram sentido. São exemplos desses elementos o suporte, a moldura e o recorte (ou enquadramento). A moldura, aqui referida, inclui tudo que está no entorno da imagem e que, de alguma forma, dialoga com ela.

Porém, esses elementos não existem isoladamente. Sendo assim, o próximo passo proposto é buscar as articulações entre eles, que são chamadas de procedimentos relacionais.

A questão a ser definida é como estão organizados os elementos neste “texto”. Tais relações não se dão de forma linear:

[...] podem ser encontradas entre elementos, entre elementos e bloco de elementos, entre blocos de elementos entre si; também um mesmo elemento pode estar articulado de diferentes modos. Por exemplo, entre várias circunferências que compusessem uma imagem, elas poderiam estar relacionadas pela repetição ou rebatimento das formas; por outro lado, as mesmas circunferências poderiam estar relacionadas pelo contraste de dimensões e de cores; poderiam, ainda, estar relacionadas de modo equidistante, gerando ritmo, considerando-se o fundo dessas figuras; e poderiam se relacionar através do procedimento de repetição por meio de textura, fosse entre as circunferências ou desse bloco de circunferências e seu fundo. (RAMALHO E OLIVEIRA, 2005, p. 50-51)

Esse é um processo de desmontar e remontar a imagem diversas vezes, para que, a partir da relação entre os elementos que a compõem ou da relação destes com o todo, se possa chegar aos inúmeros significados que uma imagem pode ter.

Luís Camargo (1995), em texto sobre ilustração de livros, descreve, de maneira didática, as funções que as imagens podem apresentar com relação ao projeto gráfico.

- a) **Pontuação** – destaca aspectos ou assinala o início ou o término do texto. Geralmente é exercida por uma capitular (letra ornamentada que inicia o capítulo ou a reportagem) ou por uma vinheta (imagem pequena, até cerca de 1/4 do tamanho da página).
- b) **Descritiva** – descreve objetos, cenários, personagens, etc. Esta função é predominante em livros didáticos, e, no caso de periódicos, pode ser encontrada nos infográficos.
- c) **Narrativa** – mostra uma ação, uma cena ou conta uma história. Em revistas e jornais, serve para reforçar a história que está sendo contada, mostrando o momento em que ela aconteceu.

- d) **Simbólica** – representa uma idéia, apresenta uma metáfora. Caricaturas, charges e fotografias manipuladas com tom irônico geralmente apresentam esta função.
- e) **Expressiva** – comunica emoções por meio da postura, dos gestos e das expressões faciais das personagens e dos próprios elementos plásticos, como linha, cor, espaço, luz, etc. Pode expressar também valores, tanto da pessoa retratada quanto da própria publicação.
- f) **Estética** – a imagem chama a atenção para a maneira como foi realizada, destaca a linguagem visual e a técnica utilizada.
- g) **Lúdica** – quando a imagem se transforma em jogo. Geralmente, há uma interação física entre o leitor e a revista ou livro, sendo necessário algum tipo de manipulação no impresso, por parte do leitor.
- h) **Metalingüística** – quando a linguagem da imagem fala sobre a própria imagem, ou vice-versa, criando uma espécie de jogo.

Essas funções não existem de maneira independente, sendo que uma imagem pode apresentar uma função dominante. Ela ocorre de acordo com a estratégia editorial e está relacionada com os demais elementos da página, contribuindo para a transmissão da mensagem.

Ao longo dos anos, algumas práticas para o “bom *design*” se consolidaram, privilegiando principalmente a legibilidade e a organização do produto impresso. Em seu livro, *Design para quem não é designer*, Williams (1995) explicita algumas dessas práticas, por meio de conselhos sobre o que deve ou não ser usado em um projeto gráfico. Com relação à estrutura da página, a autora afirma que se deve evitar muitos elementos separados em uma mesma página. É necessária a criação de uma relação entre os elementos e “nada deve ser

colocado arbitrariamente em uma página. Cada item deve ter uma conexão visual com algo na página” (WILLIAMS, 1995, p. 27), seja por proximidade, semelhança, contraste ou alinhamento. Porém, o contraste não deve de maneira nenhuma ser sutil. Além disso, devem ser criados espaços em branco para que a página fique mais atrativa. O contraste também é bastante aconselhado para proporcionar uma maior atratividade para o *layout*. Elementos parecidos devem ser evitados; caso exista alguma diferença, ela deve ser ressaltada, a fim de impedir qualquer tipo de dúvida sobre a hierarquia entre eles.

Com relação ao uso da tipografia, Carter reuniu algumas orientações que classificou como não absolutas e definitivas, mas consagradas na prática, que vamos apresentar resumidamente a seguir: não usar muitas fontes diferentes ao mesmo tempo; evitar a combinação de fontes que tenham aparência muito similar; não compor o texto todo em maiúsculas, pois retarda severamente a leitura; evitar o uso de diferentes corpos e pesos ao mesmo tempo; usar alinhamento à esquerda, não-justificado, para uma melhor legibilidade; enfatizar elementos do texto com descrição, sem perturbar o fluxo da leitura; sempre alinhar letras e palavras pela linha de base; e, finalmente, quando trabalhar com tipo sobre cor, assegurar-se da existência de contraste suficiente entre os tipos e o fundo. (CARTER, 1997 *apud* GRUSZYNSKI, 2000, p. 59).

Também é recomendado o uso de fontes com serifa para texto corrido, já que proporcionaria uma leitura mais fluida, e de fontes sem serifa para títulos, que, por serem mais pesadas, chamam mais a atenção do leitor. Com relação aos periódicos, Scalzo (2004) complementa que as legendas devem ser posicionadas logo abaixo das fotos, que deve haver uma legenda para cada fotografia na página e que é aconselhável evitar o uso de apenas uma legenda para várias fotos.⁹

⁹ Exemplos disso são legendas que começam com “da direita para esquerda” ou “em sentido horário”.

Porém, como os próprios autores destacam, essas são apenas recomendações e não regras definitivas sobre a prática do *design*. Cabe ao *designer* que está executando o projeto interpretar tais conselhos ou até mesmo ir contra os paradigmas estabelecidos, porém nunca ignorá-los, já que servem de base para a subversão ou até mesmo o rompimento.

3 A TRIP EDITORA

A revista *TPM* é uma publicação da Trip Editora, fundada por Paulo Lima em 1984, com o lançamento da revista *Trip*. Além da *Trip* e da *TPM*, a editora passou a publicar veículos customizados em 1997, os quais são produzidos sob encomenda para empresas, com o objetivo de estabelecer canais de comunicação com públicos específicos, que podem ser tanto seus colaboradores quanto seus clientes. Esse tipo de publicação ajuda a reforçar a imagem da marca, mostrando os valores defendidos pela empresa. Revistas de bordo são exemplos de veículos customizados, destinados à comunicação com um público bem específico: passageiros de avião que estão viajando por determinada companhia aérea. Empresas com um número muito grande de colaboradores também encomendam publicações, com o objetivo de manter o público interno informado sobre as novidades a respeito da empresa em que trabalham, servindo como uma ferramenta importante de *endomarketing*. A primeira revista desse tipo a fazer parte do portfólio da Trip Editora foi a revista da Rádio Jovem Pan.

Atualmente, a editora está dividida em dois grandes segmentos. O primeiro, e mais importante, é a marca Trip, que compreende as revistas *Trip* e *TPM*, bem como suas versões

on-line, o Trip FM, programa de rádio transmitido para 32 cidades do Brasil, e o Trip sem Fio, produção de conteúdo para celulares. Além de estar explícita, tanto no nome quanto na assinatura visual das publicações, a marca Trip aparece como unificadora de diferentes produtos de comunicação, ainda que não de maneira diretamente informada aos usuários.

Embora não seja uma novidade, segundo Scalzo (2004, p. 46), existe uma tendência de as próprias empresas encomendarem ou produzirem revistas para se comunicar diretamente com seus clientes e funcionários.

Esse é, sem dúvida, um duro golpe que atinge o coração do tradicional modelo de negócio de revistas, aquele baseado unicamente na receita de publicidade. Pois, se as empresas se encarregam de produzir suas próprias publicações, com certeza vão empregar nelas muito de sua verba destinada originalmente à publicidade. (SCALZO, 2004, p.47)

Diante disso, algumas editoras estão investindo no mercado de revistas customizadas, pois se não conseguem mais dispor dos recursos destinados à publicidade, ganham vendendo o *know-how* adquirido com suas publicações ou editando revistas específicas para empresas.

Seguindo essa tendência, o segundo segmento, que hoje em dia é responsável por 60% do faturamento da Trip Editora (AUGUSTO, 2004), é a área de conteúdo customizado para clientes. A editora publica as revistas *Daslu* e *Daslu Homem*, da boutique Daslu; a *Mitsubish Revista*, da Mitsubishi Motors Brasil; a *Revista Gol*, da Gol Linhas Aéreas; as revistas *Natura* e *Natura MOV*, da Natura; a revista *Notícias da Gente*, da AMBEV; a revista *Private Brokers*, do grupo Coelho da Fonseca; a *Revista Trevisan*, das Faculdades Trevisan; e a *Revista Pão de Açúcar*, do Grupo Pão de Açúcar. Ainda na divisão de conteúdo produzido sob encomenda, são prestados serviços de consultoria em marca, imagem e conteúdo, auxiliando os clientes na análise de comportamento do público-alvo e na criação e confecção de conteúdos.

Atualmente, a Trip Editora publica em torno de 40 milhões de exemplares por ano,

distribuídos entre as revistas customizadas e as da marca Trip. Dados da própria editora (TRIP EDITORA, 2006) informam que esta vem se consolidando como intérprete dos códigos de comportamento do público jovem no Brasil nos últimos anos.

Mesmo sendo independente, ou seja, não ligada a nenhum dos grandes monopólios de comunicação, a editora acumula diversos prêmios nacionais e internacionais por suas publicações. Em 1996, a revista *Trip* ganhou o prêmio Case Veículo do Ano do Anuário Brasileiro de Mídia – Meio & Mensagem. Já em 1998, ganhou três medalhas do *New York Art Directors Club*, pela matéria *Moda serve para isso*, publicada na edição 62, em junho daquele mesmo ano. Em 1999, foi finalista do Prêmio Esso de Jornalismo, pela reportagem *Matar por Esporte*, de Renata Zincone e equipe, sendo, em 2001, novamente finalista desta premiação. Em 2002, foi a vez de a revista *TPM* ser finalista do Prêmio Esso de Jornalismo de Criação Gráfica, na categoria *Revista*, com o trabalho *Linda de Morrer*, de Paola Bianchi e Sérgio Cury.

No ano de 2003, o *site* da revista *Trip* recebeu o prêmio de melhor *site* do Brasil, na categoria Entretenimento, pela academia iBest. No mesmo ano, a revista *Trip* recebeu o prêmio de melhor Revista Jovem na 16ª edição do Prêmio Veículos de Comunicação, da Editora Referência. Em 2004, o *site* da revista *TPM* recebeu prêmio de melhor *site* do Brasil, na categoria *Mulher*, pela academia iBest, e a revista *Daslu* foi premiada na 18ª edição do Prêmio Veículos de Comunicação, da Editora Referência, na categoria *Revista Customizada*.

Em 2005, os *sites* das revistas *Trip* e *TPM* ganharam os troféus de melhores *sites*, nas categorias *Entretenimento* e *Mulher*, respectivamente, pela academia iBest. A revista *Trip* foi finalista no Prêmio Esso de Jornalismo de Criação Gráfica, na categoria *Revista*, com a reportagem a favor do desarmamento, e a revista *TPM* ganhou o Prêmio Esso, na mesma categoria, com a reportagem *Descrimine Já* (Figura 2), um trabalho extenso sobre a

importância da descriminalização do aborto no Brasil. Ainda nesse ano, o programa Trip FM foi eleito o melhor programa de variedades do rádio pela Associação Paulista dos Críticos de Arte (APCA).



Figura 2 – Edição 41, de março de 2005, principais páginas da reportagem vencedora do Prêmio Esso de Jornalismo, na categoria *Criação Gráfica*, do ano de 2005

A partir da reportagem que recebeu o Prêmio Esso, já podemos ter pistas sobre o posicionamento da revista *TPM*. Já pode ser notado que existe uma tentativa de inovação tanto no conteúdo, já que defende abertamente a descriminalização do aborto, quanto no projeto gráfico, que apresenta páginas com formato diferente do restante da revista. Porém, antes de proceder à análise da *TPM*, traçaremos, de maneira sucinta, o histórico e o perfil editorial da revista *Trip*.

3.1 Revista *Trip*

A revista *Trip*, primeiro e principal veículo da Trip Editora, surgiu inicialmente como uma revista voltada para o surfe, porém, segundo o editor Paulo Lima, em entrevista concedida a Regina Augusto (2004), ela já apresentava o posicionamento e muitas das características que possui hoje:

Era uma revista que já propunha uma visão de mundo aberta, procurava gente que tivesse a fim de conhecer todas as opções que o mundo oferece para escolher e

editar a sua. Uma revista contemporânea que tinha a pretensão de ser um observatório avançado que olhasse as migrações, as mudanças, as alternativas que o mundo oferecia para o leitor escolher a sua. Sentíamos que ia chegar um momento em que você poderia ser o que quisesse, tudo ao mesmo tempo inclusive. A tese da *Trip* desde o início era essa. Em 1986 fizemos a festa de lançamento do projeto no Terraço Itália, com um show em que tocaram três bandas punks: Os Inocentes, Kid Vinil e os Heróis do Brasil e Maria Angélica Não Mora Mais Aqui. Ou seja, escolhemos um lugar onde essas bandas jamais tocariam. Era um pouco esse o conceito que queríamos passar. O que eu queria, já desde o começo, e deixei claro com essa festa, era que o nosso negócio era misturar mundos. Misturar tudo num mesmo caldeirão. (LIMA, 2004)

Com 20 anos de publicação, a revista *Trip* está na edição de número 146 e possui uma tiragem de 50 mil exemplares, com periodicidade mensal,¹⁰ e está posicionada como uma revista de comportamento, que procura, sempre que necessário, apresentar uma opinião editorial diante de assuntos polêmicos. Em 1998, por exemplo, passou a não mais aceitar publicidade de cigarros, quando ainda não existia a lei que restringia a propaganda desse tipo de produto. Já em 2005, se posicionou a favor do desarmamento e, posteriormente, lançou uma campanha aberta a favor da candidatura de Mara Gabrilli, colunista da revista *TPM*, a vereadora da cidade de São Paulo.

No ano de 2000, o empresário Marcos de Moraes, ex-proprietário do portal de internet Zip.net, adquiriu 20% do capital da Trip Editora, fato que contribuiu para que o projeto de lançar uma revista voltada para o público feminino fosse colocado em prática. Em 2001, então, foi lançado o equivalente feminino para a revista *Trip*, a revista *TPM* (Trip para Mulheres). Outro fator que contribuiu para o interesse da editora em lançar uma revista feminina foi a constatação de que 25% do público da revista *Trip* era composto por mulheres.

3.2 Trip Para Mulheres

Para levantar de maneira ampla o perfil da revista *TPM*, lançamos mão de diversos

¹⁰ Essa informação refere-se até a data de início do presente estudo, em julho de 2006.

volumes, escolhidos aleatoriamente desde sua primeira publicação. Porém, para o estudo de caso do Capítulo 4 do presente trabalho, utilizaremos somente os volumes de janeiro a junho de 2006, pois constatamos que não houve mudança significativa em relação ao projeto gráfico da publicação desde a edição 14, de setembro de 2002.

Atualmente, a revista possui uma tiragem que varia entre 35 e 50 mil exemplares por mês. A última edição, publicada até o início deste trabalho, foi a de número 55, do mês de junho de 2006. O público da *TPM* está concentrado nas classes A e B. Com relação à escolaridade, o público encontra-se bem dividido: 28% das leitoras possuem curso superior completo, 22% estão cursando alguma universidade e 33% estão cursando ou possuem o ensino médio completo. Além disso, 31% desejam, como investimento em sua carreira profissional, fazer pós-graduação, mestrado ou doutorado. Com relação à faixa etária, as leitoras estão divididas da seguinte forma: 27% possuem de 15 a 20 anos, 36% têm entre 21 e 25 anos e 22% estão entre 26 e 30 anos (TRIP EDITORA, 2006).

Desde o primeiro número, a *TPM* possui duas capas diferentes para cada edição. Geralmente, uma das opções possui foto de homem e a outra, de mulher, ilustrando seções diferentes da revista (Figura 3), porém isso não é uma regra. A edição de número 41, por exemplo, possui três capas diferentes (Figura 4), cada uma com a foto de uma mulher, para ilustrar as entrevistas com personalidades que assumiam publicamente já terem realizado aborto. Já a edição 45 possui em uma de suas capas a ilustração da personagem de desenhos animados Olívia Palito,¹¹ referente à reportagem “Doentes por Moda”, e na outra a foto de Mariana Ximenes, ilustrando a entrevista realizada com a atriz (Figura 5).

¹¹ Olívia Palito é uma personagem da série de desenhos animados *Popeye*, que, na época de publicação da revista, havia acabado de ser licenciada no Brasil para ilustrar produtos de papelaria, confecções e acessórios. Em nota na seção *E-mails e cartas*, a *TPM* divulgou o contato da empresa que havia licenciado a personagem.

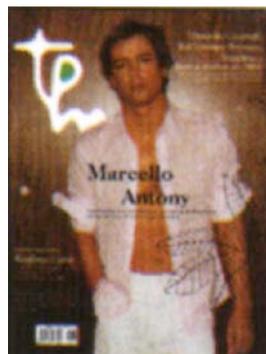


Figura 3 – Edição 39, de janeiro de 2005, capas com fotos de Daniella Cicarelli e Marcelo Antony



Figura 4 – Edição 41, de março de 2005, capas com fotos de Vera Zimmermann, Cynthia Howlett e Penélope Nova

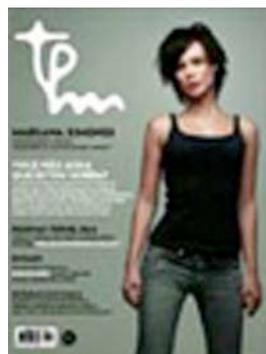


Figura 5 – Edição 45, de julho de 2005, uma capa com ilustração da personagem Olívia Palito e outra, com foto de Mariana Ximenes

Cada edição da *TPM* possui em torno de 100 páginas, incluindo as reservadas para anúncios publicitários, impressas em papel *couché* 90g. Possui ainda um encarte de oito páginas em papel *Chamous Book* 80g, que varia de cor conforme a edição. A impressão é

feita em policromia, ou seja, todas as páginas são coloridas e comportam fotos e ilustrações. Seu formato é de 21 por 27,5cm, o mesmo adotado pela maior parte das revistas encontradas no mercado.

3.2.1 Seções

A *TPM* sempre apresentou em suas páginas iniciais a seção *Páginas vermelhas*. Trata-se de longas entrevistas realizadas com personalidades que, na maior parte das vezes, obtiveram sucesso na sua vida profissional. Os entrevistados variam desde atores ou diretores de teatro, cinema ou televisão, músicos que fazem ou mesmo fizeram sucesso, até estilistas, esportistas, empresários(as), políticos, etc. Na edição 54, de maio de 2006, por exemplo, foi entrevistada a cantora Baby do Brasil; já na edição 48, de outubro de 2005, foi entrevistado o psicanalista José Ângelo Gaiarsa. O foco da entrevista geralmente é o histórico da pessoa, sua infância e fatores que o levaram a alcançar a realização, tanto pessoal quanto profissional.

Outra seção que sempre esteve presente na revista é a *Badulaque*, que se assemelha a uma revista encartada dentro da revista. Sua impressão é feita em material e cores diferentes, com diagramação distinta do restante da publicação, sendo composta por seções fixas e variáveis. O encarte trata de assuntos que estão em destaque na mídia, porém com um tom irônico. Por exemplo, a *Não-entrevista* do mês sempre traz alguma celebridade que está saturada na mídia, mostrando os motivos para que essa pessoa não seja entrevistada pela revista. Existem também alguns assuntos recorrentes, porém não-fixos, como *O press release mais absurdo do mês*, que, na edição de número 43, trata de um material recebido pela revista sobre a reforma na piscina do ator Edson Celulari.

A seção *Editoras convidadas* apresenta dicas de livros, filmes, discos, moda, culinária, ou seja, são abordados diferentes assuntos de interesse das responsáveis pelas editorias. Na

edição 40, de fevereiro de 2005, por exemplo, Daniella Bianchi fala sobre fãs de música; Juliana Mota, sobre moda, livros e fotografia; Lorena Calábria dá dicas de depilação; Juliana Loureiro, dicas de beleza; Elisa Biagi fala sobre música e decoração; Ducha, sobre CDs, moda, viagem e carros; e, finalmente, Daniela Souza Pinto, sobre culinária e massagens. Não existe um grupo fixo de colunistas para esta seção; além de variar o número de colunas, variam também as mulheres que escrevem.

A revista apresenta também três colunas fixas: *Um pensamento*, da publicitária, psicóloga e secretária municipal da Pessoa com Deficiência da cidade de São Paulo, Mara Gabrilli; *Coluna do meio*, da jornalista Milly Lacombe, que é homossexual assumida; e *Penetra* do escritor João Paulo Cuenca. Além disso, a partir da edição de número 46, passou a apresentar também a coluna *Mundo TPM*, na qual duas colunistas, uma casada e a outra solteira, falam sobre seu estado civil.¹²

A maior parte das edições analisadas¹³ possui um ensaio fotográfico masculino, acompanhado de uma entrevista ou reportagem sobre a(s) personalidade(s) retratada(s). Apenas as edições de número 43 e 45 não apresentam a seção ensaio. A edição 50, de dezembro de 2005 e janeiro de 2006, apresentou um “Ensaio Calendário” apenas com um pequeno texto apresentando o ensaio.

A partir da edição 48, a seção *Botica*, com dicas de beleza, foi incluída. O restante da revista está dividido entre perfis, reportagens, moda e comportamento. Porém essa divisão não é muito clara, uma vez que a revista se vale de particularidades para dar respaldo aos temas tratados.

¹² Sabina Anzuategui representa a casada e Antonia Pellegrino, a solteira.

¹³ Aqui nos referimos aos volumes analisados apenas com o objetivo de traçar o perfil da revista.

Seções / Volumes	55	54	53	52	51	50	Média de páginas
Páginas vermelhas	9	7	7	8	8	6	8
Badulaque	8	8	8	8	8	8	8
Editoras convidadas	13	15	12	10	9	5	11
Colunas	4	6	4	4	4	4	4
Ensaio fotográfico	8	6	8	6	6	13	8
Botica	2	2	2	2	2	2	2
Perfis	17	23	21	13	21	30	21
Moda	7	8	7	8	7	6	7
Comportamento	15	4	10	14	11	7	10

Quadro 2 – Seções em que a revista está dividida, com o número de páginas dedicadas a cada uma delas nas últimas seis edições

O Quadro 2 ilustra claramente essa preferência da revista, já que grande parte de suas páginas são dedicadas a perfis. Na edição 45, para ilustrar a reportagem sobre o padrão de beleza que exalta um modelo de mulheres muito abaixo do peso, foi traçado o perfil de uma arquiteta paulista de 30 anos que sofre de anorexia. Já na edição 48, para ilustrar a reportagem sobre consumismo, foram produzidas fotos de três personalidades mostrando que compraram produtos sem ter necessidade e explicando por que fizeram a compra.

3.2.2 Duas maneiras de olhar

É recorrente o fato de cada edição apresentar um tema específico, sobre o qual trata grande parte das seções da revista, em maior ou menor grau. Geralmente, são temas polêmicos, abordados de forma diferenciada e crítica, mostrando a opinião editorial, na tentativa de se diferenciar das demais revistas femininas, que, segundo Buitoni, em sua grande maioria, podem até tratar de assuntos polêmicos, porém são geralmente abordados de forma descritiva e pouco reivindicatória. “A revista precisa gratificar sua consumidora e não

enchê-la de preocupações” (BUITONI, 1990, p. 71).

Nas edições 40, 41, 42 e 43, que têm como tema o aborto, a revista defende abertamente sua descriminalização. Porém, a opinião apresentada nos editoriais é a de que não existe uma visão única sobre os assuntos. A mesma série de reportagens que defende a descriminalização do aborto mostra depoimentos de mulheres que decidiram fazê-lo e de mulheres que fizeram o contrário, optando por não realizar o aborto, apesar da gravidez indesejada.

Os temas sempre são abordados de forma a contemplar opiniões variadas sobre o assunto, como é o caso da entrevista realizada para a edição 46, na qual foram reunidas cinco mulheres com opiniões diferentes para tratar do tema orgasmo:

Resolvemos reunir cinco garotas para tratar do assunto orgasmo aqui na TPM. Simone Syang, 36 anos, guitarrista; Stella Florence, 37, escritora paulistana; Luiza Santos, 22, produtora de vídeo; Ana Machado, 19, estagiária de produção; e Mila Queiroz, 33, garota de programa. [...] Precisaríamos de umas dez páginas para tratar de tudo que foi dito – até porque, como já pudemos concluir, as mulheres são muito diferentes entre si, então fizemos aqui um breve resumo das partes mais importantes. (OH, YEAH, ago. 2005, p. 27)

Essa idéia também é explicitada pelo fato, já mencionado, de a revista apresentar, desde seu lançamento, duas opções de capa para que a leitora possa ter opção de escolha.

A analogia entre as siglas TPM, de Trip Para Mulheres, e TPM, de Tensão Pré-Menstrual, já demonstra o perfil editorial da publicação: ser uma revista feminina que se dirija à mulher de maneira diferente da maior parte das revistas femininas. Ou seja, rompa com o padrão dessas publicações e trate a mulher “como ser pensante, não como aspirante ao primeiro concurso de lipo que houvesse por aí” (TRIP EDITORA, 2006). Foi com essa idéia de quebrar padrões que, na primeira edição da revista, o editorial de moda mostra modelos menstruadas e questiona o fato de “nas propagandas de absorvente só ganha beijo de homem bonito quem consegue esconder que está menstruada” (EDITORIAL DE MODESS, mai.

2001, documento não-paginado).

Além do fato, citado anteriormente, de, na época do lançamento da *TPM*, 25% dos leitores da revista *Trip* ser composto por mulheres, a percepção, por parte da editora, de que não existia uma revista que “não trata a mulher como idiota” (TRIP EDITORA, 2006) também motivou o lançamento da publicação. Conforme Buitoni,

Os desejos das mulheres foram muitas vezes transformados em mercadoria pela imprensa feminina, aliás, dentro das regras de uma economia capitalista. A imprensa para mulheres também já exerceu uma função conscientizadora, a função catártica, psicoterápica, pedagógica, de lazer. A imprensa em geral exerce funções do mesmo tipo; no entanto, geralmente não consegue mexer tanto com os sentimentos e a vida diária concreta das pessoas. (BUITONI, 1990, p. 69)

Com a publicação da *TPM*, a *Trip* Editora possui a intenção de aproveitar essa potencialidade da revista feminina, que tem uma proximidade e uma capacidade muito grande de mexer com seu público, para comunicar assuntos que considera importantes para a vida das pessoas.

A *Trip* Editora imaginava “suprir em curto prazo a enorme demanda reprimida que existe por parte das mulheres brasileiras com mais acesso à cultura, informação, com maior poder aquisitivo e insatisfeitas com o tratamento medíocre a elas dispensado pela maioria das publicações femininas do país” (TRIP EDITORA, 2006). Para o editor Paulo Lima,

[...] em geral, as revistas femininas nem mesmo se dignam a velar aquilo que pensam da mulher brasileira: uma pessoa simplória, de horizontes estreitos, com pouquíssimo potencial, de espiritualidade rasa, cultura próxima a zero, tipo físico medíocre, que se agarram a regimes, peelings, drenagens linfáticas, plásticas e ginásticas, para – com a ajuda de um fragilíssimo Cascolac cultural que consegue absorver de suas páginas – lutar com todas as forças a fim de laçar um pobre diabo que as carregue. (EU NÃO SOU CACHORRA NÃO, mai. 2001, documento não paginado)

Buitoni (1990) constata que a imprensa feminina, de um modo geral, é basicamente feita de aconselhamento e receitas: como fazer, como se vestir, como preparar sopa de

cebolas, como segurar seu homem, como conseguir um bom emprego, tudo é dado como uma receita. Não existe a opção ou a discussão. E essas receitas ainda apresentam a opinião de especialistas como uma forma de não deixar espaço para o questionamento. A *TPM*, sempre que possível, procura deixar claro seu objetivo de não ser um manual de auto-ajuda.

3.2.3 Público

O perfil da revista somente pode ser considerado em função de seu público. Não temos como dissociar os dois, pois as publicações são criadas de forma a atingir determinado público e, assim, serem comercialmente viáveis. Para Scalzo,

Revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo. [...] Não é à toa que leitores gostam de andar abraçados às suas revistas – ou de andar com elas à mostra – para que todos vejam que eles pertencem a este ou àquele grupo. Por isso, não se pode nunca esquecer: o que define o que é uma revista, antes de tudo, é o seu leitor. (SCALZO, 2004, p. 12)

É a possibilidade de lucro, proveniente da propaganda que deseja alcançar o público com o qual a revista se comunica, que determina se uma publicação deve existir ou não. Sendo o leitor considerado como consumidor, a revista procura tratar de assuntos do seu interesse. “Assim como acontece com os filmes, as coisas ditas nas revistas falam de algum lugar no interior das idéias, fantasias, ansiedades, desejos e esperanças do público imaginado e desejado por elas, de acordo com o regime de verdade vigente” (HOLLENBACH, 2005, p.67). É a possibilidade de uma identificação, em maior ou menor grau, com esse leitor imaginado pela revista que determina seu público.

A revista *TPM* constrói sua imagem a partir da negação do discurso das outras revistas femininas. Vai contra o estereótipo de corpos e vidas irreais, que é impossível de ser atingido pelas leitoras. Isso aparece no *Editorial* de dezembro de 2005, edição que tem como tema a

vaidade:

A perseguição doentia à riqueza material, o abandono das relações humanas mais preciosas, a não aceitação da passagem do tempo e de nossa transitoriedade, ou a construção de uma auto-imagem irreal e a dedicação patológica a atingir o que não é atingível são algumas dessas jaulas, às quais muitos de nós nos atiramos [...]. (CHAVE DE CADEIA, dez. 2005/ jan.2006, p. 18)

A proposta de lançamento da revista confirma essa idéia, já que teria acontecido pela demanda das próprias mulheres, insatisfeitas com a forma com que eram tratadas pelas demais revistas femininas. Essa construção de um discurso a partir da negação de outro é considerado por Hollenbach

[...] um dos principais pilares de constituição do texto da TPM. Embora esta pretenda estabelecer com essas revistas uma relação de negação, por estarem situadas em formações discursivas antagônicas dentro de um mesmo campo enunciativo, ela ora repete os seus enunciados, ora os modifica. (HOLLENBACH, 2003, p.250)

Para Flausino (2003, p. 11), apesar do discurso de negação ao que é apresentado pelas outras revistas femininas, a *TPM* trata de assuntos já recorrentes em outras publicações, como, por exemplo, sexo, aparência, moda, etc., e acaba repetindo as fórmulas consagradas, a partir da negação deste *outro*. Porém,

[...] enquanto as outras revistas propõem um modelo padrão, o qual pode ser seguido por um número ilimitado de mulheres que desejem obter algum tipo de sucesso, a TPM estimula as leitoras a terem valores bem parecidos com os encorajados pelas outras revistas, mas sugere que elas ajam à sua maneira, ressaltando o seu estilo, a sua personalidade. (HOLLEMBACH, 2003, p. 258)

A leitora imaginada pela revista seria uma mulher inteligente, interessada em diversos assuntos, não só no cultivo do corpo em detrimento de sua personalidade ou em alternativas de como segurar seu homem ou como chegar ao orgasmo perfeito. Mesmo quando o assunto é sexo, a revista procura deixar explícito que não se trata de um manual. Isso é visto na abertura da reportagem *Oh, yeah!*, na edição de número 46, na qual o tema era orgasmo:

Este não é um guia lacrado que trata de sexo como uma receita culinária. Este não é um manual prático para subir às estrelas e gozar com os anjos. Esta não é uma reportagem para ajudar você a se dar bem na cama e virar uma deusa do sexo. Aqui você não vai encontrar dados e estatísticas improváveis nem um teste com pontuação para descobrir a intensidade do seu orgasmo, tampouco respostas para seus problemas. Aqui você vai começar a pensar sobre como as coisas funcionam no seu corpo e na sua cabeça, que é o principal órgão sexual feminino [...].(OH, YEAH, ago. 2005, p. 21)

Conforme o editorial do volume 43, as leitoras da *TPM* são “mulheres que há muito deixaram de se preocupar com a conquista de um espaço e, confortáveis com o que conquistaram, se dedicam a administrar melhor todas as suas possibilidades” (ESPECÍFICO FEMININO, mai. 2005, p. 5). São essas possibilidades, como a escolha de ser ou não mãe, se render ou não aos apelos da moda, optar por se casar ou ficar solteira, que a *TPM* procura deixar em aberto, respeitando a inteligência e a capacidade da leitora de fazer suas próprias escolhas, a partir das informações fornecidas pela revista.

4 ANÁLISE DO PROJETO GRÁFICO DA REVISTA *TPM*

Para observar o modo como o projeto editorial configura-se no projeto gráfico da revista *TPM*, analisaremos os elementos que o compõem, procurando identificar e discutir o modo como o *design* da publicação dá forma a sua linha editorial. Consideramos que a melhor maneira de realizar esse estudo seria selecionar para a análise os volumes publicados no último semestre. Escolhemos, então, as edições que correspondem aos meses de janeiro, fevereiro, março, abril, maio e junho de 2006.



Ed. 50 – dez. 2005/jan. 2006



Ed. 51 – fev. 2006



Ed. 52 – mar. 2006



Ed. 53 – abr. 2006



Ed. 54 – mai. 2006



Ed. 52 – jun. 2006

Figura 6 – Edições que compõem o corpus

Identificado o *corpus* da pesquisa (Figura 6), analisamos cada exemplar de acordo com os elementos destacados no Capítulo 2: *grid*, tipografia e imagens. Para observar esses itens, dividimos a revista em “capa” e “conteúdo”, subdividindo este conforme as seções destacadas no Capítulo 3, incluindo as seções *E-mails e cartas*, *Editorial* e *Índice*, que representam os diferentes tipos de matérias que compõem a revista:

- a) *Índice*
- b) *E-mails e cartas e Expediente*

- c) *Editorial*
- d) *Páginas vermelhas*
- e) *Badulaque*
- f) Ensaio de moda
- g) Ensaio fotográfico masculino
- h) *Botica*
- i) *Editoras convidadas*
- j) Coluna *Mundo TPM*
- k) Coluna *Penetra*
- l) *Coluna do Meio*
- m) Coluna *Um Pensamento*
- n) Reportagens

4.1 Análise do *grid*

Para levantar a configuração do diagrama, foi realizada uma análise de cada edição que compõe o *corpus* (Anexo A), levando em consideração as funções do *grid*, mostradas no Item 2.3.1, e, em seguida, fez-se uma análise comparativa das edições, para determinar quais itens permanecem constantes e quais possuem maior flexibilidade no projeto gráfico (Quadro 3)¹⁴.

Seção	Margens	Qtd. de colunas	Largura das colunas	Espaço entre colunas	Posição da cartola	Posição das imagens (fotografias)	Posição das imagens (ilustrações)	Legenda	Numeração das páginas
Índice	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna:	1	-	-	*	Em espaço reservado, acima ou abaixo do texto	Em espaço reservado, acima ou abaixo do texto	-	-

¹⁴ Para a determinação do Quadro 3 foram considerados os valores presentes na maior parte dos volumes, obtidos com a análise dos mesmos itens para cada edição (ver Anexo A).

	1,3cm Externa: 1,6cm								
E-mails e cartas e Expediente	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	7,3cm e 10,2cm ou 8,7cm	0,4cm	Acima ou abaixo do texto	Em espaço reservado, acima ou abaixo do texto	Em espaço reservado, acima ou abaixo do texto	-	-
Editorial	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Acima do título e alinhada como se fizesse parte do texto	Página inteira ou em espaço reservado, acima ou abaixo do texto	Em espaço reservado, acima ou abaixo do texto	-	-
Páginas vermelhas	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	1 ou 2	Para uma coluna: 10,5cm Para duas colunas: 8,7cm	0,4cm	*	Página inteira, duas páginas, em espaço reservado, acima ou abaixo do texto, ou no espaço de uma coluna	Sobre as fotografias, sob o texto ou nas margens e em espaços que não apresentam foto nem texto	Para fotografias reservadas acima ou abaixo do texto: apenas uma legenda por página indicando todas as fotografias referentes àquela página; para fotos que ocupam página inteira ou duas páginas: sobre a foto	-
Badulaque	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	1 ou 2	Para uma coluna: * Para duas colunas: de 8,7cm	0,4cm	Somente na primeira página, no limite da margem superior, alinhada à direita ou à esquerda com o texto	Em espaço reservado, acima ou abaixo do texto ou no espaço de uma coluna	Sobre as fotografias, sob o texto ou nas margens e em espaços que não apresentam foto nem texto	-	-
Ensaio de moda	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	*	Página inteira, duas páginas, em espaço reservado, acima ou abaixo do texto, ou no espaço de uma coluna	-	Abaixo, ao lado ou sobre as fotos	Na primeira página do ensaio, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
Ensaio fotográfico	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	*	Duas páginas ou em espaço reservado, acima do texto	-	-	Na primeira página do ensaio, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas.
Botica	Superior: 2cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	1, 2 ou somente legendas	-	0,4cm	Somente na primeira página, no limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Página inteira ou em espaço reservado, acima ou abaixo do texto	Sobre as fotografias, sob o texto ou nas margens e em espaços que não apresentam foto nem texto	Fotos numeradas e descrição no texto	Na primeira página da reportagem, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras

									páginas
Editoras convidadas	Superior: 2cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	1 ou 2	8,7cm	0,4cm	Nas páginas da esquerda, na margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Página inteira, duas páginas, em espaço reservado, acima ou abaixo do texto, ou no espaço de uma coluna	Sobre as fotografias, sob o texto ou nas margens e em espaços que não apresentam foto nem texto	Apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página, próxima a uma das fotos ou sobre a foto	Somente na primeira página, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
Coluna Mundo TPM	Superior: 1,5cm Inferior: 3cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	No limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	-	Sob o texto ou nas margens	-	Canto inferior esquerdo
Coluna Penetra	Superior: 1,5cm Inferior: 2,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Centralizada com o texto, logo acima do título	Em espaço reservado, acima do texto, ou no espaço de uma coluna	Sob o texto ou nas margens	-	-
Coluna do Meio	Superior: 1,5cm Inferior: 2,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Centralizada com o texto, logo acima do título	Em espaço reservado acima do texto ou no espaço de uma coluna	Sob o texto ou nas margens	-	-
Coluna Um Pensamento	Superior: 1,5cm Inferior: 2,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Centralizada com o texto, logo acima do título	Em espaço reservado acima do texto ou no espaço de uma coluna	Sob o texto ou nas margens	-	-
Reportagens	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	*	Página inteira, duas páginas (no caso das reportagens com mais de duas páginas), em espaço reservado, acima ou abaixo do texto, ou no espaço de uma coluna	Sobre as fotografias, sob o texto ou nas margens e em espaços que não apresentam foto nem texto	Para fotografias reservadas acima ou abaixo do texto: apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página. Para fotos que ocupam página inteira ou duas páginas: sobre a foto	Na primeira página da reportagem no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
* Não foi possível encontrar um padrão neste item, que se altera a cada edição.									

Quadro 3 – Elementos do *grid*

A margem apresenta uma grande variação, até entre as matérias de uma mesma

edição. Ela possui a função de proteger o texto de eventuais desvios no corte, na hora do acabamento. Nas edições analisadas, itens como cartola, legendas e numeração de página, que geralmente são posicionados no espaço das margens, estão localizados dentro do *grid*, dialogando com os demais elementos da página, ou simplesmente não existem. A Figura 7 mostra como a cartola ou as legendas se apresentam, desconsiderando uma posição fixa ou um espaço determinado.



Ed. 50 – dez. 2005/jan. 2006

Ed. 51 – fev. 2006

Figura 7 – Cartola e legenda com relação à margem.

Já a quantidade de colunas por página, assim como a largura e o espaçamento entre elas, raramente varia. Exceto o *Índice*, todas as outras seções têm como padrão duas colunas. Porém podemos observar que o diagrama é bastante flexível, sendo adaptável para uma ou três colunas, caso seja necessário. A largura dessas colunas não é determinada pelo *grid*, pois, quando ocorre essa variação é devido ao posicionamento de fotografias ou ilustrações, para

uma adequação melhor à arte da página (Figura 8). Na seção *Badulaque*, com diagramação diferenciada em relação ao restante da revista, não é seguida uma regra para quantidade ou largura de colunas, podendo apresentar em uma página o mesmo número de colunas com dimensões diferentes (Figura 9).



Figura 8 – Exemplos de quantidade de colunas (Ed. 55 – jun. 2006)

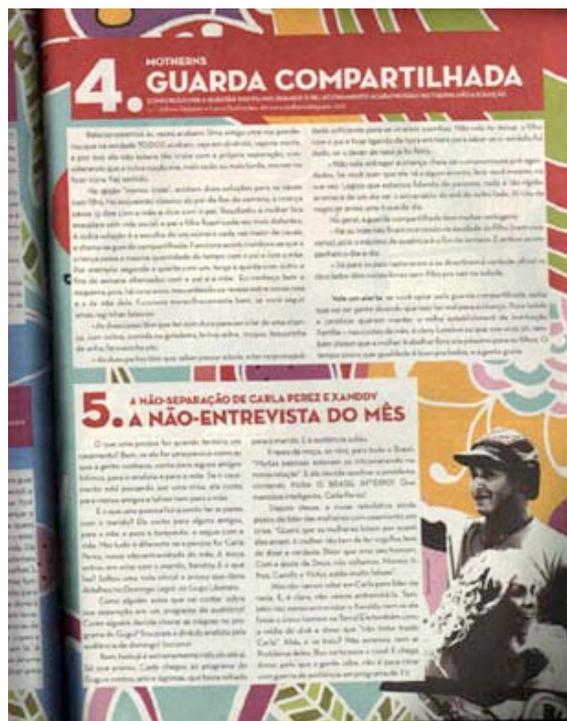


Figura 9 – Exemplo de largura de colunas na seção *Badulaque* (Ed. 55 – jun. 2006)

Conforme já mencionado, as cartolas não possuem um local determinado, podendo localizar-se em qualquer posição dentro da página. Em geral, esse recurso gráfico é utilizado nas seções que não abordam diretamente o tema apresentado. A maior parte das reportagens não apresenta cartola, exceto as que não abordam diretamente o tema da edição. No volume 50, em que o assunto em destaque é a vaidade, a única reportagem que possui cartola trata indiretamente do tema, pois narra uma viagem.

Já que somente reportagens ou seções que não se relacionam diretamente com o tema apresentado para aquela edição apresentam cartola, consideramos que existe uma preocupação para que haja uma maior integração entre elas, proporcionando um sentido de unidade (temática, nesse caso), que perpassa toda a edição.

Outra característica que confirma a preocupação com uma identificação entre as reportagens é o posicionamento da numeração das páginas. Somente a primeira página de

uma seção ou reportagem pode apresentar numeração. Além disso, sua posição espacial, sempre no limite das margens inferior e externa da página esquerda, bem como a ausência de preocupação com relação ao contraste entre figura e fundo deixam a rara numeração sem nenhum tipo de destaque, fazendo com que passe despercebida para um leitor que não a esteja procurando. A posição somente se modifica quando existe algum elemento com o qual a numeração possa conflitar, como, por exemplo, uma ilustração ou uma parte importante da fotografia (Figura 10).



Figura 10 – Variações na numeração das páginas (Ed. 54 – mai. 2006)

Como já era esperado, de modo geral, é dada importância para uma identificação tanto entre as edições quanto entre as matérias e seções de uma mesma edição. Contudo, algumas características do *grid* apresentam maior flexibilidade, reforçando a proposta editorial de que não existe uma maneira mais correta de ver as coisas. Além disso, muitas vezes é priorizada uma *boa gestalt* das páginas em detrimento da estrutura do diagrama.

O posicionamento das imagens, por exemplo, é bastante flexível, mas leva em consideração a harmonia da página. Forças como *equilíbrio*, *assimetria*, *proximidade* e *semelhança*, que conforme os teóricos da *Gestalt* regem a percepção da forma (ver p. 24), estão presentes como constituintes do projeto gráfico. Quando uma página possui várias fotografias, elas são posicionadas próximas umas das outras (Figura 11) ou de maneira a estabelecer um equilíbrio entre os elementos (Figura 12). As ilustrações também atuam nesse sentido, preenchendo espaços e proporcionando uma harmonia visual ou fornecendo uma assimetria, para que a página não se torne monótona (Figura 13).



Ed. 50 – dez. 2005/jan. 2006



Ed. 53 – abr. 2006

Figura 11 – Exemplos de proximidade



Ed. 54 – mai. 2006

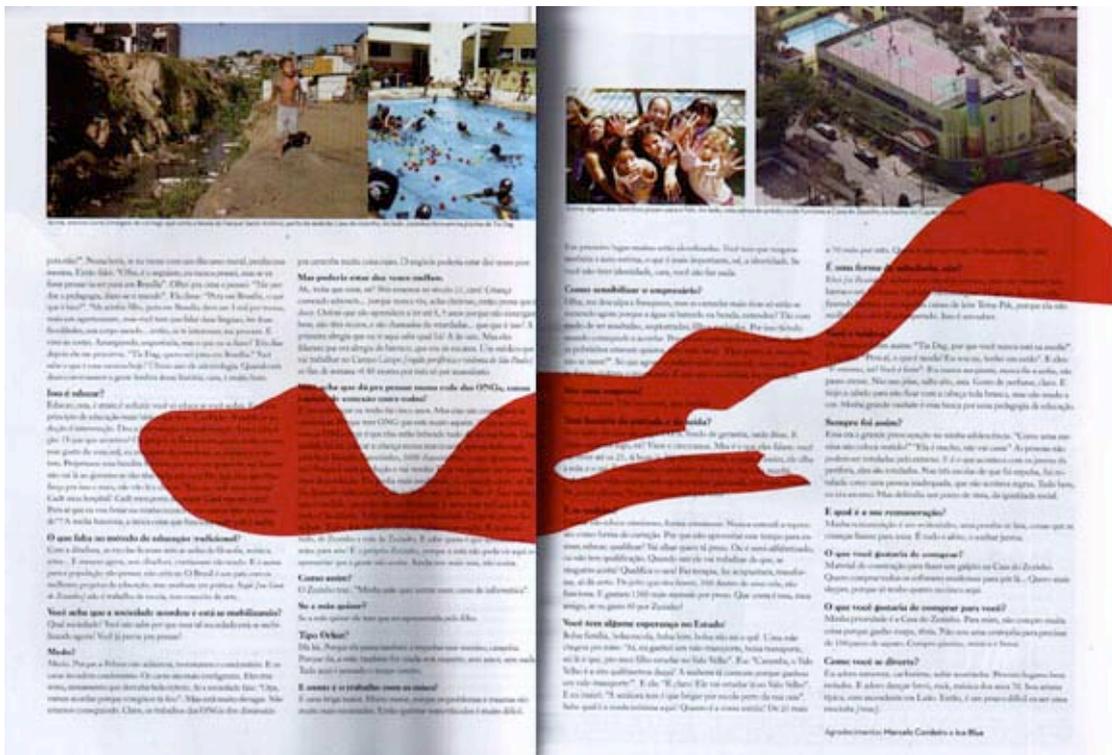


Ed. 54 – mai. 2006

Figura 12 – Exemplos de equilíbrio



Ed. 51 – fev. 2006



Ed. 50 – dez. 2005/jan. 2006

Figura 13 – Exemplos de assimetria

Porém alguns dos princípios da *gestalt* não são levados em consideração. O contraste entre figura e fundo, por exemplo, não possui relevância, já que ilustrações e fotografias são posicionadas sob o texto, prejudicando a leitura. Esse fato, no entanto, não é uma regra. Em alguns casos, o texto é protegido por um quadro (que pode ser branco ou de alguma cor que gere maior contraste com a cor do texto), para que a legibilidade não fique totalmente prejudicada.¹⁵

Sendo assim, apesar de apresentar um projeto gráfico que, à primeira vista, parece não ter compromissos formais, existem algumas regras que colaboram para criar uma identidade da publicação. Mesmo não sendo totalmente objetivas e podendo ser interpretadas de maneira diferente em cada volume, as regras existem como um referencial, um objetivo que pode ser atingido de diversas maneiras.

4.2 Análise da tipografia

Para a análise da tipografia, da mesma forma que no item anterior, utilizamos a esquematização por seções. Foram verificados o estilo, o peso, a inclinação e o alinhamento nos principais níveis de texto observados na revista *TPM*: cartola, título, *lead*, corpo do texto, olho e legenda. Em uma primeira observação, notamos que o projeto gráfico da revista se vale apenas de duas famílias de tipos e suas variações: uma com e outra sem serifa. As únicas exceções são as cartolas do *Índice*, *E-mails e cartas*, *Expediente* e *Editorial* de algumas edições, as notas de rodapé das colunas fixas (*Mundo TPM*, *Penetra*, *Coluna do Meio* e *Um Pensamento*) e a cartola da seção *Badulaque*. O Quadro 4 apresenta uma síntese da análise realizada em edição (Anexo B).

¹⁵ Trataremos mais especificamente desse assunto no Item 4.2.

Seção	Cartola	Título	Lead	Texto	Olho	Legenda
Índice	Caixa alta ou caixa baixa, com serifa, entreletras flexível	Caixa alta e baixa, sem serifa	-	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com cores diferentes, alinhado à esquerda	-	-
E-mails e cartas e Expediente	Caixa alta ou caixa baixa, com serifa	Caixa alta, sem serifa, com cores diferentes	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>light</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variações no peso e na inclinação, alinhado à esquerda	-	-
Editorial	Caixa alta ou caixa baixa, com serifa	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> ou <i>medium</i>	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variações no peso e na inclinação, alinhamento justificado	-	-
Páginas vermelhas	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o texto, cor flexível	Caixa alta sem serifa ou caixa alta e baixa com serifa, com variações no alinhamento e no corpo	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, com variações no peso, na inclinação e na cor, alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, com ou sem serifa, com variação no peso, corpo maior que o texto, alinhado à esquerda ou à direita	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação no peso, corpo menor que o texto, com variação no alinhamento
Badulaque	Caixa alta e baixa, sem serifa, <i>black</i>	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i>	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variações no peso, na inclinação e na cor, alinhamento justificado	-	-
Ensaio de moda	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o texto	Caixa alta sem serifa ou caixa alta e baixa com serifa, com variações no alinhamento e no corpo	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variações no peso, na inclinação e na cor, alinhado à esquerda ou justificado	Caixa alta ou caixa alta e baixa, sem serifa, com variação de peso, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variações no peso, no corpo e na inclinação, alinhado à esquerda
Ensaio fotográfico	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o texto	Caixa alta sem serifa ou caixa alta e baixa com serifa, com variações no	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes	Caixa alta e baixa ou caixa alta, sem serifa, com variações no peso, na	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação no peso, corpo	-

		alinhamento, no peso e no corpo	(<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	inclinação e na cor, alinhamento justificado	maior que o texto, alinhamento centralizado	
Botica	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o texto	Caixa alta, sem serifa, com variação no corpo, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda ou justificado	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variações no peso, na inclinação, na cor e no corpo, alinhamento justificado	-	Numerais, sem serifa, com corpo igual ou maior do que o texto
Editoras convidadas	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , corpo maior que o texto	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>bold</i> , <i>medium</i> e <i>ultra-light</i>), com entreletras, cores e corpos variados	Das colunas: caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , alinhado à esquerda, com variação de cores. Das matérias: caixa alta e baixa, sem serifa, com variações no peso e na inclinação, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variações no peso, na inclinação, na cor e no corpo, alinhamento justificado	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , com variações no corpo, na cor e no alinhamento	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variações no peso e no alinhamento, corpo menor que o texto
Coluna Mundo TPM	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com cor diferente do texto	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação no peso, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, com variações no peso e na inclinação, alinhamento justificado	-	-
Coluna Penetra	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com variações no peso e na inclinação, alinhado à esquerda ou justificado	-	-
Coluna do Meio	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com variações no peso e na inclinação, alinhamento justificado	-	-

Coluna Um Pensamento	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento justificado	-	-
Reportagens	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o texto	Caixa alta e baixa com serifa ou caixa alta sem serifa, com variações no alinhamento e no corpo	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variação na inclinação, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com ou sem serifa, com variações no peso e na inclinação, alinhado à esquerda ou justificado	Caixa alta e baixa com serifa e <i>bold</i> ou caixa alta sem serifa e com variação no peso, corpo maior que o texto, com variações no corpo, na cor e no alinhamento	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação no peso e corpo menor que o texto, ou caixa alta e baixa, com serifa, <i>bold</i> e corpo maior que o texto, com variação no alinhamento

Quadro 4 – Análise da tipografia

Diferentemente do *grid*, a tipografia segue um padrão mais definido. A seção *Páginas vermelhas* é a que apresenta maior quantidade de texto corrido, em torno de oito páginas (ver Quadro 2, Item 3.2.1). Pode-se observar que nessa seção sempre é utilizada fonte com serifa para o corpo do texto, o que pode demonstrar uma preocupação com a facilidade de leitura, deixada de lado na configuração do diagrama (ver Item 4.1), já que fontes serifadas são consideradas mais eficazes para a leitura de grandes quantidades de texto.

No entanto esse cuidado não procede quando analisamos o restante da publicação. Fontes sem serifa são bastante utilizadas em texto corrido na maior parte das seções. As seções *Badulaque*, *Editoras convidadas* e *Botica*, assim como os ensaios de moda e fotográfico, apresentam textos curtos, raramente ocupando o espaço de uma página inteira, e utilizam tipos sem serifa no corpo do texto. Tipos não-serifados também aparecem na maioria das reportagens, que, ao contrário das demais seções, possuem textos mais longos. Já nas colunas *Mundo TPM*, *Penetra*, *Coluna do Meio* e *Um Pensamento*, que também possuem

textos curtos, é empregada fonte com serifa.

Percebe-se que a escolha do tipo de fonte para o corpo do texto leva em consideração menos a questão da legibilidade do que a diferenciação entre os assuntos abordados, já que não existe uma preferência clara nem uma relação com a quantidade de texto na opção por um ou outro estilo. O que se pode notar novamente é uma diferenciação por temas (a relação direta com o tema proposto para a edição).

Porém o maior volume de páginas (cerca de 60 por edição) utiliza fontes sem serifa. Sendo assim, poderíamos inferir que a predominância de tipos não-serifados no projeto gráfico se deve ao fato de estes serem considerados mais modernos que os com serifa, sendo adequados assim para o público-alvo da revista, composto majoritariamente por mulheres entre 20 e 30 anos.

Ainda com relação à legibilidade, ocorrem casos, principalmente em olhos ou *leads*, em que volumes médios de texto são formatados somente em caixa alta e possuem uma grande variação nas cores (Figura 14), o que é desaconselhado por alguns teóricos, já que os dois fatores prejudicam bastante a leitura.

**“MORAR NA MESMA CASA
NÃO DÁ CERTO.
SÃO DUAS EDUCAÇÃO DIFERENTES,
DUAS PERSONALIDADES, DUAS
FORMAS DE ENCARAR A VIDA.
O HOMEM NUNCA VAI ENTENDER CERTOS
HÁBITOS FEMININOS,
COMO FALAR HORAS AO TELEFONE.
E NÓS NUNCA VAMOS ENTENDER
COMO ELES SÃO CAPAZES DE SE ENFIAR
NO COMPUTADOR NUM DIA DE NATAL”**

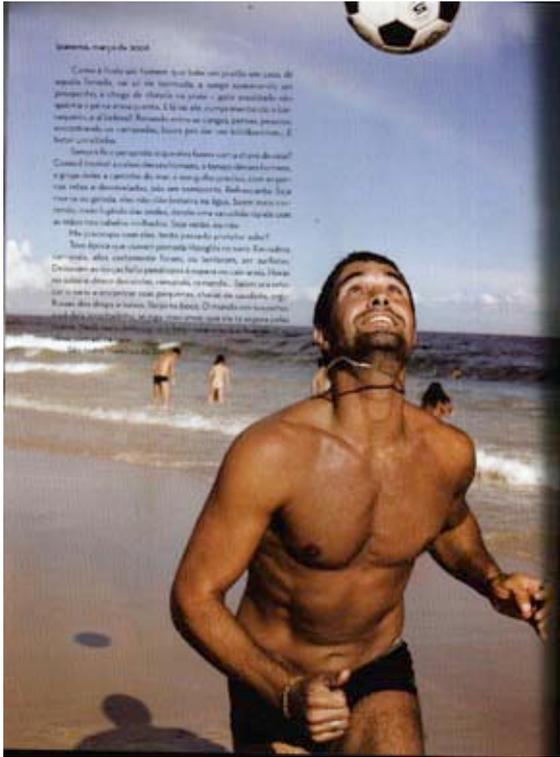
Ed. 55 – jun. 2006

14 PÁGINAS VERMELHAS NOSSA COLUNISTA VIROU PÁGINAS VERMELHAS	
22 MASCULINO E FEMININO MARA GABRILLI E MARCELO RUBENS PAIVA TENTAM ENTENDER A DOR	
30 MODA SEIS LOOKS QUE DEIXAM QUALQUER MULHER LINDA DE DOER	
38 REPORTAGEM: DOR NÃO SABEMOS MAIS SOFRER? ANA MESQUITA, A MULHER QUE ENFRENTOU A DOR DA PERDA E ATRAVESSOU O CANAL DA MANCHA, TESTAMOS EM UM HOMEM UM SALTO 7 DURANTE 24 HORAS. E FOTOGRAFAMOS: GERAÇÃO ANESTESIADA? O DEPOIMENTO DE UM ROMÂNTICO E SUA ETERNA BUSCA POR UMA SAUDÁVEL MALUCA QUE NÃO SE DOPE COM OS ANESTÉSICOS DA ALMA; KYRA GRACIE, A MULHER JIU-JITSU DERRUBA QUARTEIRÃO; MARIA DE MELO, DE CATADORA DE LIXO, A PSICOTERAPEUTA; A SKATISTA KAREN JONES, QUE SÓ COMPETE COM HOMENS; BELA, A RAINHA DO SADOMASO CONTA POR QUE UM TAPINHA NÃO DÓI. QUANTO DÓI SER MODERNO? DÓI COMO UM CORTE SEM ANESTESIA!	
80 ENSAIO O DOCE BALANÇO DOS GAROTOS DE IPANEMA	
	Sempre na Tpm 67 BADULAQUE
	88 EDITORAS CONVIDADAS
	Colunas 102 CASADA X SOLTEIRA ANTONIA PELLEGRINO E SABINA ANZUATEGUI
	104 PENETRA JOÃO PAULO CUENCA
	105 COLUNA DO MEIO MILLY LACOMBE
	106 UM PENSAMENTO MARA GABRILLI
	<small>FOTO CABO: KYRA GRACIE EM FOTOGRAFIA POR CALE Fotografar Kyra: Rita Fischer</small>

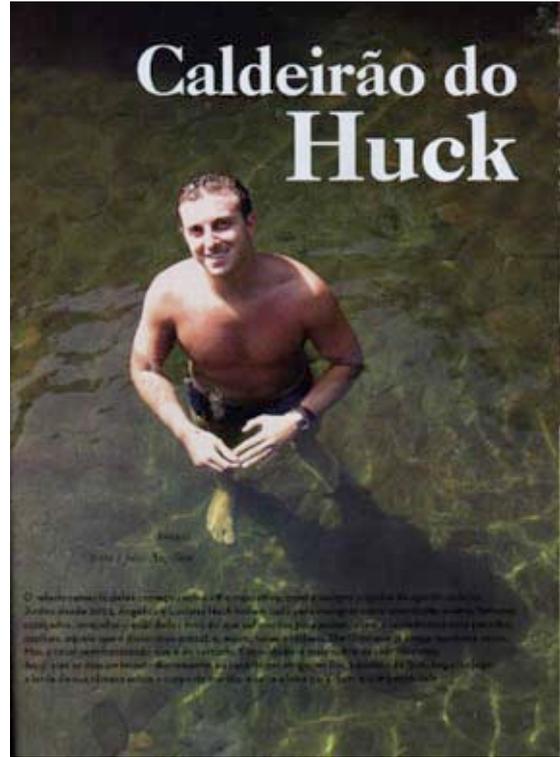
Ed. 53 – abr. 2006

Figura 14 – Exemplos de textos em caixa alta com cores variadas

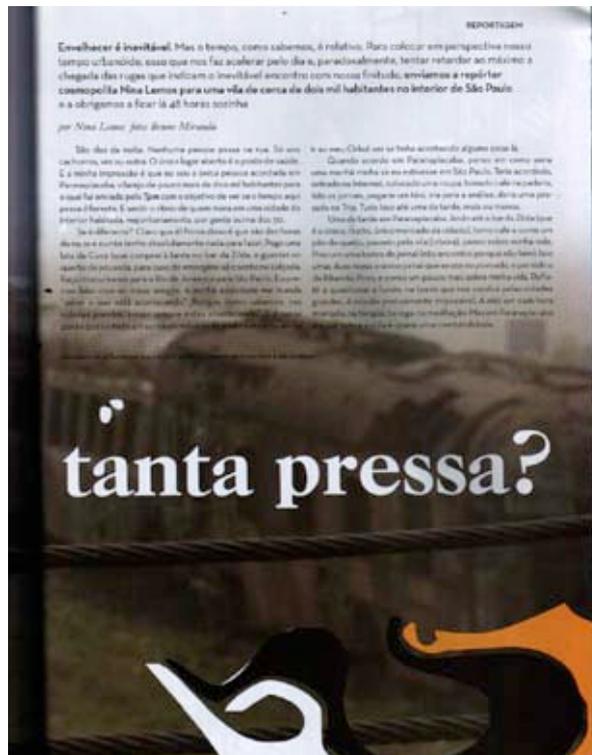
Outro fator associado à legibilidade é o contraste entre texto e fundo. O posicionamento do texto sobre fotografias ou ilustrações, como ocorre na *TPM*, pode gerar uma instabilidade ou até mesmo ausência de contraste, tornando a leitura mais demorada e cansativa (Figura 15). Porém, na maior parte das vezes em que o texto é posicionado sobre fotos, ele está em alguma parte da imagem que não apresenta grande variação de tons (Figura 16). Nos casos em que a legibilidade poderia ficar muito prejudicada, com algumas partes do texto não apresentando contraste suficiente para a leitura, é colocado um quadro de cor uniforme sob o texto (Figura 17).



Ed. 53 – abr. 2006

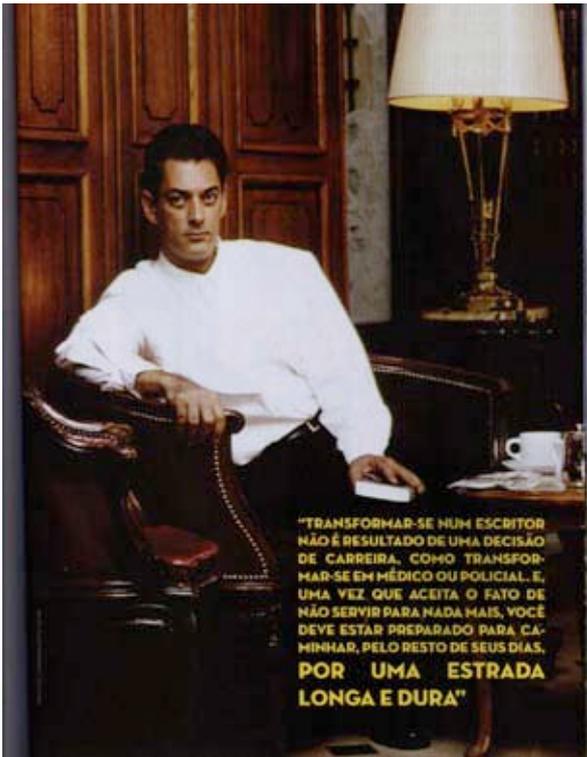


Ed. 52 – mar. 2006

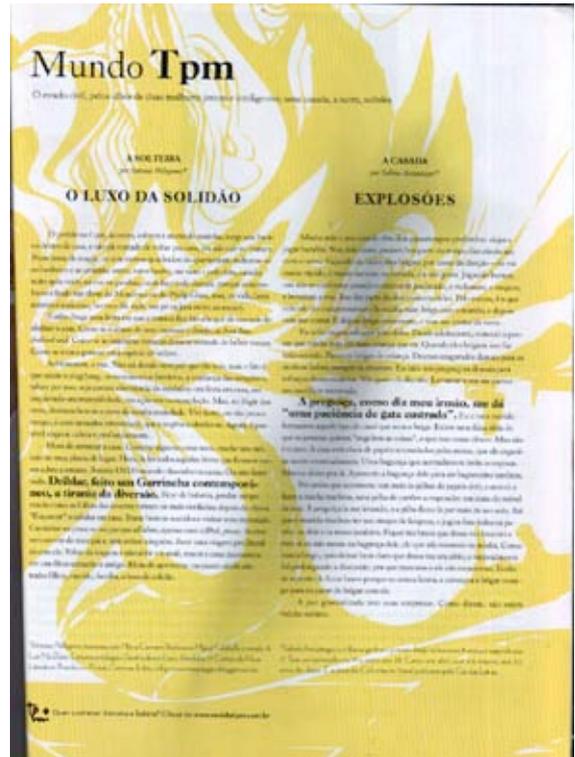


Ed. 51 – fev. 2006

Figura 15 – Exemplos de textos posicionados sobre imagens que causam diminuição do contraste



Ed. 52 – mar. 2006



Ed. 52 – mar. 2006



Ed. 51 – dez. 2005/jan. 2006

Figura 16 – Exemplos de textos posicionados sobre imagens sem haver prejuízo no contraste



Ed. 51 – dez. 2005/jan. 2006



Ed. 54 – mai. 2006

Figura 17 – Exemplos de textos protegidos sobre quadros

A ausência de um contraste considerado adequado também pode acontecer em

decorrência do uso das cores. A seção *Páginas vermelhas*, por exemplo, não apresenta páginas com fundo na cor vermelha em todas as edições, mas nos casos em que isso ocorre, o corpo do texto é preto, que possui menos contraste com o tom de vermelho usado do que o branco, por exemplo.

Os títulos não configuram um padrão entre as seções, mas em geral, cada seção tem características bem definidas para os tipos, que são conservadas a cada edição, podendo mudar somente cores e alinhamento. A seção *Páginas vermelhas* e os ensaios fotográfico e de moda são os únicos que apresentam uma variação no estilo da fonte entre uma edição e outra. Somente as reportagens possuem diferentes tipos de fonte dentro de uma única edição. Em um mesmo volume, assim como já foi observado em outros casos, a diferenciação manifesta uma tentativa de classificar a revista pelo tema. Reportagens que não abordam de forma direta o tema proposto apresentam a fonte do título diferente das demais. A regra parece ser o uso de tipos com serifa, ficando a opção sem serifa para casos em que o tema não se apresente como principal foco da reportagem.

Em todas as edições analisadas, os títulos das colunas fixas (*Mundo TPM*, *Penetra*, *Coluna do Meio* e *Um Pensamento*) usam tipos com serifa, em caixa alta e sem grande diferença no corpo da letra com relação ao texto, o que é desaconselhado por Williams (1995), já que prejudicaria a hierarquia da página. Já os títulos das seções *Badulaque* e *Editoras convidadas* são também em caixa alta, mas sem serifa.

Outras regras consideradas como consagradas na prática do *design* gráfico mostram que devem ser evitados os destaques excessivos a algumas partes do texto, o grande espaçamento entreletras e o uso de diferentes corpos e pesos nos tipos em um mesmo impresso, além do fato de que textos e títulos devem ser alinhados horizontalmente pela linha de base da letra. Essas recomendações não são seguidas no projeto gráfico da revista *TPM*, o

qual apresenta grandes variações tanto no peso quanto no tamanho, espaçamento ou alinhamento das letras em diversos momentos. Principalmente nos títulos das matérias, são usados tipos com variação em pelo menos uma dessas características. Além disso, os olhos das matérias muitas vezes estão inseridos na coluna de texto, ocasionando um rompimento no fluxo de leitura.

As legendas são outro ponto que pode ser destacado na análise dos tipos da revista. Tradicionalmente, são empregados tipos com um corpo menor que o do texto para as legendas, o que não é diferente na *TPM*. Mas ocorre que, quando a intenção é destacar alguma característica de determinada fotografia, o corpo das letras da legenda é maior que o do bloco de texto, sendo usado também alguma forma de destaque, como tipos somente em caixa alta e cores que sobressaem em relação ao restante da página.

Somada a outros fatores já ressaltados no Item anterior (4.1), essa variedade de configurações dos tipos confirma a proposta apresentada nos editoriais de que não se deve ver as coisas somente de um ângulo. Porém essa diferença não é arbitrária; ela segue uma lógica e é estruturada levando em conta conceitos que podem ser estéticos, funcionais ou éticos, no caso do projeto editorial.

4.3 Análise das imagens

Em uma análise prévia, percebemos diferentes tipos de imagens, no que diz respeito a seu processo de obtenção. Sendo assim, sistematizamos estas da seguinte forma: fotografias produzidas, imagens do acervo pessoal do entrevistado, fotografias realizadas exclusivamente para a matéria ou reportagem, imagens de terceiros,¹⁶ fotografias de produtos e ilustrações. O Quadro 6 apresenta a quantidade de cada tipo de imagem explicitado anteriormente

encontrada em cada edição do *corpus*, não considerando as capas, que serão analisadas posteriormente. Além disso, foram levadas em conta as funções que podem ser exercidas pelas imagens, conforme destacado no Capítulo 2: pontuação, descritiva, narrativa, simbólica, expressiva e estética (Quadro 5). Não foram encontradas, na publicação, imagens cuja função principal fosse lúdica ou metalingüística. Conforme já mencionado, as imagens podem apresentar mais de uma função, por isso, em nossa análise, consideramos apenas a função dominante.

Edição	Pontuação	Descritiva	Narrativa	Simbólica	Expressiva	Estética
50	3	22	35	1	14	36
51	5	16	44	4	14	42
52	6	11	40	4	13	33
53	8	13	35	1	10	41
54	7	13	39	-	7	53
55	6	8	27	3	9	26
Média	6	14	37	2	11	39
Porcentagem	6%	13%	34%	2%	10%	36%

Quadro 5 – Quadro comparativo das funções exercidas pelas imagens

Edição	Fotos produzidas	Fotos acervo pessoal	Fotos exclusivas	Imagens de terceiros	Fotos de produtos	Ilustrações	Total de imagens
50	19	33	20	10	28	32	142
51	15	32	23	7	25	41	143
52	16	34	25	9	5	28	117
53	24	27	20	5	10	27	113
54	20	40	15	6	6	33	120
55	26	24	16	5	3	6	80
Média por edição	20	32	20	7	13	28	119
Porcentagem por edição	17%	27%	17%	6%	11%	23%	-

Quadro 6 – Quadro comparativo das formas de obtenção das imagens

¹⁶ Consideramos fotografias de terceiros aquelas obtidas em agências de notícias ou bancos de imagens.

Como é próprio do tipo de meio de comunicação a que pertence, a *TPM* utiliza muitas imagens, sendo a maior parte delas dos acervos pessoais dos entrevistados. São geralmente fotografias que mostram fatos históricos do personagem entrevistado, que tem o intuito de reforçar a história que está sendo contada (função narrativa) e mostrar à leitora vida cotidiana da pessoa em questão, criando, assim, uma relação de proximidade e até cumplicidade com a personalidade retratada. Além de fatos importantes da história profissional, são enfatizadas as relações afetivas com a família e os amigos. Na edição 54, do mês de maio de 2006, cujo tema era a relação entre mães e filhas, por exemplo, havia uma grande quantidade de fotografias retratando momentos marcantes dessa relação para as entrevistadas.

Essa tentativa de aproximar a leitora e deixá-la mais à vontade com relação à revista também pode ser observada indiretamente no uso das imagens, independentemente da sua função. Em 50% das edições analisadas, a pessoa retratada no ensaio fotográfico masculino tinha alguma relação com uma das mulheres mostrada na revista. Apesar de a função dominante, nesses casos, ser estética, elas deixam claro o projeto editorial da revista de forma indireta.

Na edição 51, o ensaio fotográfico é com o ator Carlos Alberto Riccelli sendo fotografado por sua esposa, Bruna Lombardi, que aparece em uma das capas deste número da revista. Já a de número 52, mostra o apresentador Luciano Huck, retratado em sua casa pela esposa, Angélica, que além de ser uma das capas da mesma edição, é entrevistada na seção *Páginas vermelhas*. A edição 45 também apresenta essa configuração, apresentando um ensaio com o ator Thiago Lacerda, com fotos de Vanessa Lóes, sua esposa, que também está no editorial de moda.

Além disso, no volume 53, por exemplo, o ensaio fotográfico mostra um jogo de bola tipicamente praticado por homens nas praias do Rio de Janeiro, no qual, em primeiro plano,

aparecem os modelos e, ao fundo, pessoas comuns, freqüentadores da praia. Nesse caso, além do cenário, também há uma tentativa de aproximação com a leitora na medida em que cada personagem da fotografia é identificado por seu nome, profissão e idade.

A seção de moda também faz uso de imagens que têm como função principal a estética. No entanto, essas fotografias são configuradas de modo a reforçar o tema abordado e, assim, identificar o ensaio com o restante da revista e, principalmente, com as reportagens. Isso nos parece também uma tentativa de retirar a conotação de futilidade, geralmente atribuída à moda, que está estreitamente ligada à lógica capitalista. O volume 53, com o tema “dor”, por exemplo, apresenta uma modelo vestindo roupas vistas como desconfortáveis, além de textos com opiniões de alguns estilistas sobre roupas ou sapatos desconfortáveis que algumas mulheres, influenciadas pela moda, usam. No ensaio de moda da edição 54, foi proposto para as mães vestirem suas filhas, e vice-versa, com as roupas que gostariam que a outra usasse, o que está diretamente ligado ao assunto de destaque na edição: o relacionamento entre mães e filhas.

A segunda maior porcentagem das imagens presentes na revista é de ilustrações. Elas variam em número e estilo em cada edição, mas geralmente são abstratas, cumprindo apenas uma função estética, e estão distribuídas por toda a revista. Porém a seção *Badulaque* possui maior quantidade de ilustrações, as quais se diferenciam do restante por se valerem de cores geralmente mais fortes que as demais. Isso se explica pelo tom bem-humorado, característico da seção (ver Capítulo 3, Item 3.2.1), que é a única a apresentar imagens com a função simbólica (conotação satírica). Na edição 50, por exemplo, é usada uma montagem com um troféu e a fotografia do Presidente da República, para ilustrar a matéria “The best of 2005 (ou as bestas de 2005)”. Além disso, as únicas fotografias que apresentam algum tipo de manipulação estão presentes nesta seção. Porém esse tipo de interferência sempre é explícito,

com o objetivo de fazer algum tipo de brincadeira (Figura 18).



Ed. 51 – dez. 2005/jan. 2006



Ed. 52 – mar. 2006



Ed. 52 – mar. 2006

Figura 18 – Exemplos de manipulação de fotografias

Uma característica marcante do projeto gráfico da *TPM* é a interferência que ocorre tanto das ilustrações e fotografias em relação ao texto quanto das ilustrações em relação às fotografias. O Quadro 7 apresenta uma análise comparativa dos tipos de interferência observados no projeto gráfico da revista.

Edição	Ilustração/texto		Ilustração/foto		Foto/texto	
	Qtd.	Porcentagem em relação ao total de ilustrações	Qtd.	Porcentagem em relação ao total de ilustrações	Qtd.	Porcentagem em relação ao total de fotos
50	19	59%	16	50%	14	12%
51	11	26%	8	19%	13	12%
52	7	25%	14	50%	20	24%
53	8	30%	8	30%	19	21%
54	8	24%	13	40%	15	17%
55	0	*	0	*	10	14%

* A edição possui apenas uma ilustração que não está na seção *Badulaque*.

Quadro 7 – Análise comparativa da interferência das imagens

Pode ser observado que a maior parte das interferências no texto é feita por ilustrações. Porém elas podem variar em intensidade, inclusive dentro de uma mesma reportagem. Pode ocorrer apenas no título, no título e no texto ou ainda apresentar uma diferença de cores, com tons claros ou escuros (Figura 19).



Ed. 50 – dez. 2005/jan. 2006



Ed. 54 – mai. 2006



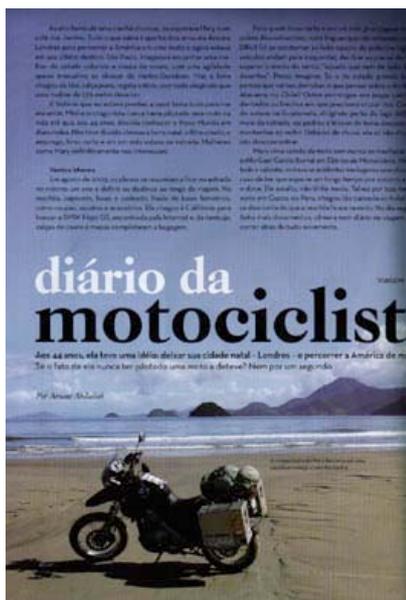
Ed. 51 – fev. 2006

Figura 19 – Exemplos de interferência de ilustrações em textos

Existe também a interferência que as fotografias exercem no texto, porém em menor quantidade, levando em consideração que, na maioria dos casos em que isso ocorreria, o texto é protegido por um quadro, pois prejudicaria demasiadamente a leitura. A questão da legibilidade com relação às imagens já foi tratada no Item 4.2 do presente estudo. Porém neste caso também a interferência pode se dar em maior ou menor intensidade, se levarmos em conta a variação nas tonalidades da imagem que está interferindo no texto e, assim como ocorre com as ilustrações, ela pode se dar apenas no título ou no título e no texto. (Figura 20).



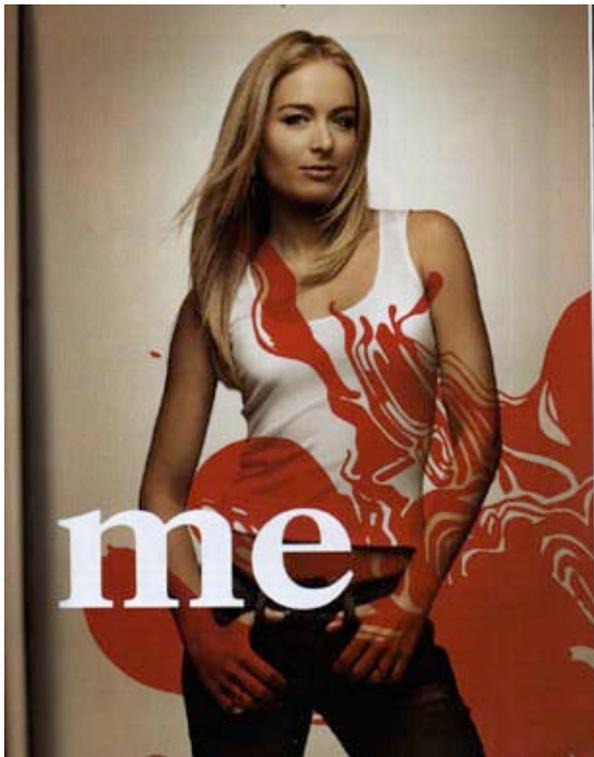
Ed. 52 – mar. 2006



Ed. 51 – fev.. 2006

Figura 20 – Exemplos de interferência de fotografias em textos

Foi observada também a interferência de ilustrações em fotografias. Nesse caso, raramente a ilustração cobre uma parte relevante da fotografia, ficando geralmente reservada aos cantos da imagem. Isso mostra que existe uma valorização da ilustração, desde que esta não prejudique muito a visualização da foto (Figura 21).



Ed. 52 – mar. 2006



Ed. 50 – dez. 2005/jan. 2006

Figura 21 – Exemplos de interferência de ilustrações sobre fotografias

De modo geral, a característica mais marcante no uso de imagens é a apropriação, por parte da revista, de fotografias do acervo pessoal da personalidade retratada, com uma função predominantemente narrativa e com o objetivo de aproximar a revista da leitora, gerando uma espécie de cumplicidade, típica deste meio de comunicação, entre o leitor e sua revista preferida. Além disso, a ausência de manipulação nas fotografias deve ser destacada, pois o veículo assume abertamente em seus editoriais uma postura contra o estereótipo de beleza irreal adotado por outras revistas femininas (ver Capítulo 3), o que tornaria contraditório

apresentar fotografias com algum tipo de manipulação que possa passar despercebida para a maioria das leitoras, “melhorando” a imagem da pessoa retratada.

4.4 Análise quanto às capas

Como até o encerramento do presente estudo não tivemos acesso às duas versões existentes para cada edição, somente levaremos em conta, para a análise das capas, a versão que foi encontrada nas bancas.¹⁷ Neste trabalho, foram considerados os elementos do *grid*, a tipografia e as imagens. A partir de uma observação preliminar, destacamos os principais elementos presentes nas capas: logotipo, imagem, proposta de tema para a edição e chamadas. Adequamos o quadro comparativo, de maneira a permitir uma melhor visualização das informações relevantes com relação às capas (Quadro 8).

Edição	Logotipo	Imagem	Proposta de tema	Chamadas
50	Canto superior esquerdo, em rosa, sobre a imagem	Modelo, foto externa, ilustração sobre a foto	Tipos em caixa alta, com corpo maior que as chamadas, em amarelo, sobre a imagem	Tipos em caixa alta, com variações no corpo, no peso e nas cores, sobre a imagem
51	Canto superior esquerdo, em rosa, sob a imagem	Modelo em foto antiga	Tipos em caixa alta, com corpo maior que as chamadas, em rosa, sobre a imagem	Tipos em caixa alta, com variações no corpo, no peso e nas cores, contornando a imagem
52	Canto superior esquerdo, em rosa	Modelo, foto em estúdio, recortada do fundo, ilustração sob a foto	Tipos em caixa alta, com variação no corpo, corpo maior que as chamadas, em preto e rosa, contornando a imagem	Tipos em caixa alta, com variações no corpo, no peso e nas cores, contornando a imagem
53	Canto superior esquerdo, em rosa	Modelo, foto em estúdio, com fundo liso	Tipos em caixa alta, com variação no corpo, corpo maior que as chamadas, em preto e rosa, contornando a imagem	Tipos em caixa alta, com variações no corpo, no peso e nas cores, contornando a imagem
54	Canto superior esquerdo, em rosa	Modelo, foto em estúdio, destacada do fundo, com ilustração sob a foto	Tipos em caixa alta, com variação no corpo, corpo maior que as chamadas, em preto, contornando a imagem	Tipos em caixa alta, com variações no corpo, no peso e nas cores, contornando a imagem

¹⁷ Apesar de cada edição possuir duas capas, geralmente não são encontradas as duas alternativas no ponto-de-venda.

55	Canto superior esquerdo, em branco	Não apresenta imagem, apenas fundo vermelho com pequeno adesivo com a palavra "Fui!"	Tipos em caixa alta, com corpo maior que as chamadas, em branco	Somente a explicação do tema, tipos em caixa alta, em amarelo, centralizados com a proposta de tema
----	------------------------------------	--	---	---

Quadro 8 – Comparativo dos elementos que compõem a capa

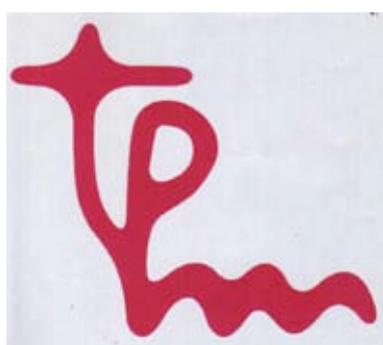
Com relação à estrutura da página, a capa apresenta o logotipo sempre no canto superior esquerdo, na cor rosa. A única variação ocorreu na edição 55, que não apresentou imagem, somente o fundo na cor vermelha e o logotipo em branco, para gerar o contraste desejável. Mas assim como no miolo da revista, o contraste entre tipos e fundo algumas vezes é deixado de lado. Porém na maioria das edições analisadas existe a presença do contraste (Figura 22).



Ed. 50 – dez. 2005/jan. 2006



Ed. 51 – fev. 2006



Ed. 53 – abr. 2006



Ed. 55 – jun. 2006

Figura 22 – Exemplos de variações no contraste do logotipo em relação à imagem da capa

Desconsiderando a imagem, o elemento que apresenta maior destaque, seja pelo tamanho da fonte ou pelo contraste utilizado, é a proposição do tema. Isso já era esperado,

devido à grande importância dada ao tema, já observada neste estudo, o que revela coerência tanto com o projeto gráfico do conteúdo quanto com o projeto editorial da revista.

Com relação às chamadas, nota-se que elas estão sempre agrupadas, contornando a imagem, de maneira a permitir um contraste entre texto e fundo, apesar de, muitas vezes, a legibilidade ficar prejudicada pelo uso de cores. A Figura 23 ilustra a presença ou ausência de contraste. Tendo em vista que a capa possui a função de vender a revista nas bancas, é importante a leitura das chamadas, mas no caso da *TPM*, elas são deixadas em segundo plano, se relacionadas com o tema da edição.



**COMPROVADO: EM 72% DOS CASOS,
QUEM TOMA A INICIATIVA DE ROMPER
O RELACIONAMENTO É A MULHER.**

**TPM INVESTIGA POR QUE OS HOMENS
NÃO TÊM ESSA CORAGEM**

Ed. 55 – jun. 2006

Figura 23 - Exemplos de variações no contraste dos tipos em relação ao fundo da capa

Quanto às imagens, não foi possível determinar um padrão, já que, conforme mencionado, não tivemos acesso às duas versões de cada uma das capas. Porém é possível notar que o uso das imagens apresenta uma grande flexibilidade, levando-se em conta que pode haver até mesmo uma capa sem nenhuma imagem, somente com um adesivo colado sobre ela. Isso pode ser considerado como uma estratégia para gerar uma diferenciação da revista em relação às outras expostas no ponto-de-venda, e, assim, causar uma curiosidade e um desejo da leitora de comprar a revista.

Considerando-se que ela estabelece o primeiro contato entre a leitora e a revista, a capa deve resumir o conteúdo da edição e, de alguma forma, mesmo que implicitamente, dar pistas do projeto editorial. No caso da *TPM*, essas pistas vêm por meio do uso de duas capas diferentes, revelando a idéia defendida pela Trip Editora de que não existe uma forma única e mais correta de ver as coisas (ver Capítulo 3), e também por meio do destaque dado ao tema, presente em todas as edições.

4.5 Considerações gerais

Com a análise específica de cada item do projeto gráfico da revista, observamos que a inovação e a diferença desejadas pelo projeto editorial se manifestam no *design*. Cada item analisado nos deu condições de conectá-lo de alguma forma à proposta editorial. Além disso, a aparente falta de regras no design da *TPM*, como uma opção estética, contribui de maneira significativa para a identidade da publicação, da mesma forma que permite uma maior identificação e proximidade da revista com seu público.

Sendo assim, podemos afirmar que, como já foi mencionado, o planejamento gráfico

da *TPM* apresenta algumas regras que podem variar em maior ou menor grau, dependendo, na maioria das vezes, de uma adequação ao que se deseja comunicar. Os elementos, apesar de aparentemente serem usados de forma arbitrária, seguem uma lógica, que pode ser estrutural, estética ou, principalmete, baseada no tema abordado naquela edição.

A revista apresenta um *grid* bastante flexível, mas sua flexibilidade não se dá sem que haja uma motivação. Podemos encontrar também uma relativa flexibilidade no uso da tipografia, mas a escolha da forma como ela vai ser usada depende muito mais do conteúdo e do tema da revista do que de um simples jogo estético. Da mesma maneira, as fotografias e as ilustrações também enfatizam valores defendidos pela revista, procurando a individualidade de cada um, com o uso de suas fotografias pessoais, e mostrando, assim, um realismo que, em geral, não é obtido com imagens realizadas em estúdio, produzidas e depois manipuladas digitalmente.

Porém, a questão compositiva, associada à *boa gestalt*, é também fator determinante no projeto gráfico da revista. Assim como elementos não são colocados aleatoriamente nas páginas da publicação, existe uma preocupação com a coerência visual. Dessa forma, a *TPM* se utiliza do design como uma forma de complementar o que está sendo dito, reforçando os valores editoriais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este estudo, tivemos a intenção de mostrar como o projeto gráfico de uma revista comercial pode se adequar ao seu projeto editorial, destacando uma publicação que se apresenta como “inovadora e diferente das outras”. Ao longo do trabalho, analisamos minuciosamente todos os elementos que compõem o projeto gráfico da *TPM* e traçamos um paralelo entre eles e o projeto editorial da revista.

Verificamos a importância do projeto gráfico para atingir os objetivos de comunicação do veículo e se identificar com o público desejado. Constatamos que o trabalho do *designer* deve estar integrado no processo editorial, seguindo a tendência de “derrubar paredes da redação”, mostrada no Capítulo 2. Porém, no caso da *TPM*, essa integração não significa uma menor liberdade para os profissionais. É possível criar um projeto gráfico que valorize o conteúdo, sem que ele siga todas as recomendações desejadas para um “bom *design*”.

Observamos também, por meio da análise dos dados, que esse descompromisso formal é relativo, já que existem padrões que são seguidos em todas as edições e também dentro de um mesmo volume. A quantidade de colunas, por exemplo, só varia de acordo com a

necessidade determinada pelo conteúdo. Somente são utilizadas duas famílias de tipos para a diagramação de toda a revista, e, nos principais elementos da diagramação, jamais são usadas outras que não as estipuladas no projeto gráfico. Além disso, quando existe a flexibilidade, geralmente ela se dá em resposta ao conteúdo, principalmente para diferenciar as reportagens principais, que tratam do tema proposto para a edição, das demais.

A singularidade desejada pelo projeto editorial se mostra principalmente no uso de imagens apropriadas dos(as) entrevistados(as), na não-utilização de fotografias manipuladas digitalmente para eliminar os “defeitos” da pessoa fotografada, na valorização das ilustrações, que não servem apenas de moldura para o texto, bem como no destaque para o tema específico da edição, por meio do uso da tipografia e do diagrama, sem comprometer a identificação entre as diversas edições, necessária para alcançar uma identidade para o veículo.

Esperamos, com este trabalho, contribuir para as práticas do *design* gráfico e, principalmente, para a reflexão a respeito da atividade do *design*, não apenas como uma forma de deixar a página mais atrativa, mas como uma contribuição efetiva para o discurso, seja de um livro, uma revista, um folder ou até mesmo de uma embalagem.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADG BRASIL. **O valor do design: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico**. São Paulo: Editora SENAC, 2003.

BARBOSA, Maria Cristina. **Klaxon e Base, duas revistas, dois tempos no Modernismo / Os primórdios do design gráfico moderno em editoração no Brasil**. Rio de Janeiro, 1996. 130p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura). Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

BUITONI, Dulcília Schoroeder. **Imprensa feminina**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1990.

CAMARGO, Luis. **Ilustração do livro infantil**. Belo Horizonte, MG: Ed. Lê, 1995.

CHAVE DE CADEIA. TPM, São Paulo, n. 50, dez. 2005/ jan. 2006.

DORNELES, Vanderlei. **Do verbal para o visual: status da imagem nas revistas semanais de informação**. Disponível em:

<<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17328/1/R0270-1.pdf>>. Acesso em: 24 set. 2006.

EDITORIAL DE MODESS. TPM, São Paulo, n. 1, mai. 2001.

EU NÃO SOU CACHORRA NÃO. TPM, São Paulo, n. 1, mai. 2001.

ESPECÍFICO FEMININO. TPM, São Paulo, n. 43, mai. 2005.

FLAUSINO, Márcia Coelho. **As velhas/novas revistas femininas**. 2003. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4987/1/NP13FLAUSINO.pdf>>. Acesso em: 24 set. 2006.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. 6. ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

GRUSZYNSKI, Ana. **Design gráfico: do invisível ao ilegível**. São Paulo: 2AB, 2000.

HOELTZ, Mirela. **Design gráfico – dos espelhos às janelas de papel**. 2001. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/hoeltz-mirela-design-grafico.pdf>. Acesso em: 04 set. 2006.

HOLLENBACH, Gabriela. **Sexualidade em revista: as posições de sujeito em Nova e Tpm**. Porto Alegre, 2005. 173 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

HOLLENBACH, Gabriela. **O casamento e a TPM: novos tempos, novos sentidos**. Revista Em Questão, Porto Alegre, v. 9, n.2, p. 255-259, jul. / dez. 2003. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/emquestao/pdf_2003_v9_n2/EmQuestaoV9_N2_2003_art01.pdf>.

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. São Paulo: Nobel, 1986.

KOPP, Rudinei. **Design gráfico cambiante**. Santa Cruz do Sul: EDIUNISC, 2002.

LESLIE, Jeremy. **Novo design de revistas**. Barcelona: Gustavo Gilli, 2003.

LIMA, Paulo. **18 anos de Trip**. Observatório da Imprensa, Set. 2004, entrevista concedida a Regina Augusto. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=294ASP014>>. Acesso em: 27 ago. 2006.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: guia para designer, escritores, editores e estudantes**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

MORAES, Ary. Ler jornais: Reflexões sobre a significação da página. In: **Estudos em Design – Design Articles V**. VI n. 2, dez. 1998. Rio de Janeiro: Associação de estudos em design no Brasil, 1998.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. **Jornalismo em revistas no Brasil: um estudo das construções discursivas em Veja e Manchete**. São Paulo: Annablume, 2002.

NIEMEYER, Lucy. **Tipografia: uma apresentação**. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

OH, YEAH. TPM, São Paulo, n. 46, p. 27, ago. 2005.

RAMALHO E OLIVEIRA, Sandra. **Imagem também se lê**. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

TRIP EDITORA. **Sobre a Trip Editora**. 2006. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/institucional/releases/sobreatripeditora.doc>>. Acesso em: 27 ago. 2006.

TRIP EDITORA. **O que fazemos**. Disponível em:
<http://revistatrip.uol.com.br/institucional/fazemos_trip_tpm.html>. Acesso em: 27 ago.
2006.

TRIP EDITORA. DEPARTAMENTO COMERCIAL. **Revista TPM – Mídia Kit**.
Mensagem recebida por: <raquelcarvalho@gmail.com> em 19 junho 2006.

VILLAS-BOAS, André. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico**. 4. ed. Rio de Janeiro:
2AB, 2001.

WOLLNER, Alexandre. O depoimento de um pioneiro. In: ADG BRASIL. **O valor do
design: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico**. São Paulo: Editora
SENAC, 2003.

ANEXOS

Anexo A – Elementos do *grid* em cada edição que compõe o *corpus*

Ed.	Seção	Margens	Qtd. de colunas	Largura das colunas	Espaço entre colunas	Posição da cartola	Posição das imagens (fotografias)	Posição das imagens (ilustrações)	Legenda	Numeração das páginas
50	Índice	Superior: 2,5cm Inferior: 4,2cm Externa: 1,7cm Interna: *	1	7,2cm	-	Na margem superior, sem alinhamento horizontal	-	-	-	-
50	<i>E-mails</i> e cartas Expediente	Superior: 1,8cm Inferior: 5,5cm (<i>e-mails</i>) e 1cm (expediente) Externa: 1,7cm Interna: 1,5cm	2	7,5cm e 9,1cm	0,7cm	Uma cartola para cada seção da página, no limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	-	-	-	-
50	Editorial	Superior: * Inferior: 1,5cm Externa: 2,2cm Interna: 1cm	2	8,5cm	0,4cm	Acima do título, alinhada à esquerda com o texto	-	Espaço reservado acima do texto	-	-
50	Páginas vermelhas	Superior: * Inferior: 2cm Externa: 1,6cm Interna: 1,3cm	2	8,7cm	0,4cm	Somente na primeira página, a 17,8cm do topo da página, a 10cm da lateral esquerda da página, sobre a imagem	Duas páginas (as duas primeiras) ou em espaço reservado acima do texto	Sob o texto, sobre as fotografias ou nas margens	Para imagem que ocupa duas páginas: na página oposta a que aparece a maior parte da fotografia, sobre a ilustração; para imagens em espaço acima do texto: apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página, abaixo das fotos	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
50	Badulaque	Superior: 1,4cm Inferior: 1,8cm Externa: 1,5cm Interna: 1,2cm	1, 2 ou 3	Para uma coluna: 18 e 10,2cm Para duas colunas: 8 e 8,7cm Para 3 colunas: 5,7cm	0,4cm	Somente na primeira página, no limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Página inteira, em espaço junto ao título da matéria ou ocupando uma parte do espaço de uma das colunas	Sob o texto ou nas margens	Para fotos sem interferência: sobre a imagem; para fotos com fundo recortado: abaixo ou ao lado da imagem	-

50	Ensaio de moda	Superior: 1,5cm Inferior: 1,4cm Externa: 1,7cm Interna: 1,2cm	2	8,2cm	0,4cm	Somente na primeira página, a 1,9cm do topo, a 4,3cm da lateral esquerda, sobre a imagem	Fotografias de modelos: página esquerda inteira; fotos de produtos: várias fotos distribuídas dentro da margem na página direita	Sobre as fotografias de modelos	Para fotos de modelos: na página oposta; para fotos de produtos: ao lado da imagem	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
50	Ensaio fotográfico	Superior: 1,6cm Inferior: 1,6cm Externa: 2,4cm Interna: 1,8cm	2	7,7cm	0,4cm	Inserida entre o título	Página inteira	-	-	-
50	Botica	Superior: 2cm Inferior: 1,5cm Interna: 1,4cm Externa: 1,7cm	2	8,5cm	0,4cm	Página esquerda acima do título, a 2,4cm do topo e a 1,2cm da lateral esquerda	Espaço reservado, abaixo do texto	Sob o texto	Fotografias numeradas e legendas inseridas no texto	-
50	Editoras convidadas	Superior: 2,3cm Inferior: 1,7cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Nas páginas da esquerda, na margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Espaço reservado, acima ou abaixo do texto	Sob o texto ou sobre as fotografias	Apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página, abaixo das fotos	-
50	Coluna Mundo TPM	Superior: 1,9cm Inferior: 3,2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	No limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	-	Sob o texto	-	-
50	Coluna Penetra	Superior: 0,3cm Inferior: 3,2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Centralizada com o texto, logo acima do título, a 11,6cm do topo	Espaço reservado, acima do texto	Sob o texto	-	-
50	Coluna do Meio	Superior: 1,7cm Inferior: 3,2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Centralizada com o texto, logo acima do título, a 9,6cm do topo	Espaço reservado, acima do texto	Sob o texto	-	-
50	Coluna Um Pensamento	Superior: 0,4cm Inferior: 2,6cm Interna: 1,6cm Externa: 1,6cm	1	10,3cm	-	Centralizada com o texto, logo acima do título, a 5,5cm do topo	Espaço reservado, acima do texto	Sob o texto	-	-
50	Reportagens	Superior: de 1,8 a 7,7cm	1 ou 2	Para uma	0,4cm	Quando apresenta,	Página inteira, duas	Sobre as fotografias	Apenas uma legenda por	Na primeira página da

		Inferior: de 0,8 a 10cm Interna: de 1,3 a 6,5cm Externa: de 1,6 a 4,2cm		coluna: de 8,6 a 10,4cm Para duas colunas de 8,3 a 8,9cm		está sobre uma imagem	páginas (no caso das reportagens com mais de duas páginas), em espaço reservado, acima do texto ou no espaço de uma das colunas		página, indicando todas as fotografias referentes àquela página, abaixo das fotos, somente nas fotos em espaço acima do texto	reportagem, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
* Não foi possível determinar a margem, pois há uma imagem que ultrapassa os limites da página										

Ed.	Seção	Margens	Qtd. de colunas	Largura das colunas	Espaço entre colunas	Posição da cartola	Posição das imagens (fotografias)	Posição das imagens (ilustrações)	Legenda	Numeração das páginas
51	Índice	Superior: 1,8cm Inferior: 7,3cm Interna: 7,2cm Externa: 1,6cm	1	11,5cm	-	-	-	Margem inferior	-	-
51	E-mails e cartas Expediente	Superior: 1,3cm Inferior: 7,2cm (e-mails) e 1,8cm (expediente) Interna: 1cm Externa: 1,5cm	2	7,3cm e 10,2cm	0,2cm	Uma cartola para cada seção da página, no limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	-	Margem inferior	-	-
51	Editorial	Superior: * Inferior: 2,1cm Interna: 1,7cm Externa: 1,5cm	2	8,4cm	0,4cm	Acima do título, alinhada à esquerda com o texto	-	Espaço reservado, acima do texto	-	-
51	Páginas vermelhas	Superior: 1,7cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Somente na primeira página, logo abaixo do título, alinhada à esquerda com o texto	Duas páginas (as duas primeiras), página inteira ou em espaço reservado, acima do texto	Espaços que não apresentam foto nem texto ou sobre as fotos	Apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página, abaixo das fotos ou sobre a foto	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
51	Badulaque	Superior: 2cm Inferior: 2cm Interna: de 0,6 a 10,8cm Externa: de 1,3 a 3cm	1 ou 2	Para uma coluna: 12,5 e 7,4cm, Para duas colunas: de 6,7 a 8,9cm	0,4cm	Somente na primeira página, no limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Junto ao título da matéria ou em espaço reservado, acima ou abaixo do texto	Sob o texto, sobre as fotografias ou nas margens	-	-
51	Ensaio de moda	Superior: 2cm Inferior: 1,6cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Somente na primeira página, na margem superior, sem alinhamento horizontal	Fotografias de modelos: página direita, inteira; fotos de produtos: várias fotos distribuídas dentro da margem, na página esquerda	-	Para fotos de modelos: sobre a imagem; para fotos de produtos: ao lado da imagem	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
51	Ensaio fotográfico	Superior: 1,5cm Inferior: * Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Acima e centralizada com o título, dentro da margem	Duas páginas, página inteira ou três fotos em cada página	Sob o texto ou em espaço reservado, abaixo do texto	-	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração

										das duas primeiras páginas
51	Botica	Superior: 2,8cm Inferior: 1,3cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	Não possui colunas, somente textos próximos às fotos, como se fossem legendas	-	-	Na página esquerda, acima do título, dentro da margem, sem alinhamento horizontal	Diversas fotos distribuídas dentro das margens	Sob o texto ou sobre as fotografias	Fotografias numeradas e legendas próximas à foto	-
51	Editoras convidadas	Superior: 2,2cm Inferior: 1,2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Na página esquerda, na margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Espaço reservado, acima ou abaixo, ou no espaço de uma das colunas	Sob o texto ou sobre as fotografias	Apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página, abaixo das fotos	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
51	Coluna Mundo TPM	Superior: 1,7cm Inferior: 3,3cm Interna: 1,5cm Externa: 1,4cm	2	8,7cm	0,4cm	No limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	-	Sob o texto	-	No canto inferior esquerdo, indicando a numeração desta e da próxima página
51	Coluna Penetra	Superior: * Inferior: 3,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Centralizada com o texto, logo acima do título, a 10,5cm do topo	Espaço reservado, acima do texto	Sob o texto	-	No canto inferior esquerdo, indicando a numeração desta e da próxima página
51	Coluna do Meio	Superior: 1,2cm Inferior: 4cm Interna: 1,2cm Externa: 1,5cm	2	8,7cm	0,4cm	Centralizada com o texto, logo acima do título, a 9,3cm do topo	Espaço reservado, acima do texto	Sob o texto	-	
51	Coluna Um Pensamento	Superior: 3,5cm Inferior: 3,1cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Centralizada com o texto, logo acima do título, a 9,1cm do topo	Espaço reservado, acima do texto	Sob o texto	-	No canto inferior esquerdo
51	Reportagens	Superior: de 1 a 7cm Inferior: de 2cm a 7,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Quando apresenta, está sobre uma imagem, próxima ao título ou ao texto, ou na margem superior	Página inteira, duas páginas (no caso das reportagens com mais de duas páginas), em espaço reservado, acima ou abaixo do texto, no espaço de uma coluna ou na margem	Espaços que não apresentam foto nem texto ou sobre as fotos	Para fotografias reservadas, acima ou abaixo do texto: apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página; para fotos que	Quando apresenta, na primeira página da reportagem, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas

									ocupam página inteira ou duas páginas: sobre a foto	
* Não foi possível determinar a margem, pois há uma imagem que ultrapassa os limites da página										

Ed.	Seção	Margens	Qtd. de colunas	Largura das colunas	Espaço entre colunas	Posição da cartola	Posição das imagens (fotografias)	Posição das imagens (ilustrações)	Legenda	Numeração das páginas
52	Índice	*	Não possui colunas, somente pequenos textos distribuídos por 2 páginas	-	-	Na página esquerda, acima do texto, sem alinhamento horizontal	Ocupando as duas páginas, sob o texto	Sobre a fotografia	-	-
52	E-mails e cartas Expediente	Superior: 6,7cm (e-mails) e 1,3cm (expediente) Inferior: 3,3cm (e-mails) e 1,7cm (expediente) Interna: 1cm Externa: 1,5cm	2	7,3cm e 10,2cm	0,2cm	Uma cartola para cada seção da página, no limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	-	Margem superior	-	-
52	Editorial	Superior: * Inferior: 2,3cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Acima do título, sem alinhamento horizontal	Ocupando a página inteira, sob o texto	Sobre a fotografia	-	-
52	Páginas vermelhas	Superior: de 1,5 a 4,2cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Somente na primeira página, logo abaixo do lead, sem alinhamento horizontal	Páginas de abertura, em toda a extensão das duas páginas, demais páginas em espaço reservado, acima do texto ou ocupando uma página inteira	Sobre as fotografias ou nas margens, ou em espaços que não apresentam foto nem texto	Quando apresenta, apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página, abaixo das fotos.	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
52	Badulaque	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: de 1 a 2,5cm Externa: de 1 a 3,5cm	1 ou 2	Para uma coluna: 12,8cm Para duas colunas: de 6,7 a 8,7cm Para 3 colunas: 5,7cm	0,4cm	Somente na primeira página, no limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Junto ao título da matéria ou em espaço reservado, acima ou abaixo do texto, ou no espaço de uma coluna	Sobre as fotografias ou nas margens	Quando apresenta, está sobre a foto	-
52	Ensaio de moda	Superior: 1,7cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Somente na primeira página, sobre a foto, centralizada com o título	Página inteira	Sobre as imagens	Sobre as fotos	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
52	Ensaio fotográfico	Superior: 1,5cm Inferior: 2,1cm Interna: 1,3cm	2	8,7cm	0,4cm	Somente na primeira página, sobre a foto	Página inteira, 1 e 1/2 páginas ou em espaço reservado,	-	-	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo,

		Externa: 1,6cm					acima do texto.			indicando a numeração das duas primeiras páginas
52	Botica	Superior: 2,7cm Inferior: 2,6cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Somente na página esquerda, na margem superior, acima do título e sem alinhamento horizontal	Fotos de produtos em diversas posições, dentro das margens.	Sobre as imagens	Fotografias numeradas e legendas próximas às fotos	-
52	Editoras convidadas	Superior: 2cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	1 ou 2	Para uma coluna: 7cm Para duas colunas: 8,7cm	0,4cm	Na página esquerda, na margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Página inteira, duas páginas, em espaço reservado, acima do texto ou no espaço de uma coluna	-	Apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página, próxima a uma das fotos	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
52	Coluna Mundo TPM	Superior: 1,7cm Inferior: 3,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	No limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	-	-	-	No canto inferior esquerdo
52	Coluna Penetra	Superior: 2,3cm Inferior: 2cm Interna: * Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	No limite da margem superior, centralizada com o texto	Espaço de uma coluna	-	-	-
52	Coluna do Meio	Superior: * Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Centralizada com o texto, logo acima do título, a 10,8cm do topo	Espaço reservado, acima do texto	-	-	-
52	Coluna Um Pensamento	Superior: 2cm Inferior: 1,2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Centralizada com o texto, logo acima do título, a 9cm do topo	Espaço reservado, acima do texto	-	-	-
52	Reportagens	Superior: de 1,5 a 9cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	-	Página inteira, duas páginas (no caso das reportagens com mais de duas páginas), em espaço reservado, acima do texto, ou no espaço de uma coluna	Sobre as fotografias ou em espaços que não apresentam foto nem texto	Para fotografias reservadas, acima ou abaixo do texto: quando apresenta, apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página; para fotos que ocupam	Quando apresenta, na primeira página da reportagem, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas

									página inteira ou duas páginas: quando apresenta, sobre a foto	
* Não foi possível determinar a margem, pois há uma imagem que ultrapassa os limites da página										

Ed.	Seção	Margens	Qtd. de colunas	Largura das colunas	Espaço entre colunas	Posição da cartola	Posição das imagens (fotografias)	Posição das imagens (ilustrações)	Legenda	Numeração das páginas
53	Índice	Superior: 3cm Inferior: 2,8cm Interna: 2cm Externa: 1,6cm	2	10cm e 6cm	0,8cm	No limite da margem, centralizada com o texto	-	Em espaços que não apresentam texto	-	-
53	E-mails e cartas Expediente	Superior: 5,7cm (e-mails) e 1,4cm (expediente) Inferior: 4,4cm (e-mails) e 1,7cm (expediente) Interna: 1cm Externa: 1,5cm	2	7,5cm e 10,2cm	0,2cm	Uma cartola para cada seção da página, no limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	-	Margem superior	-	-
53	Editorial	Superior: 2,2cm Inferior: 2,6cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Abaixo da fotografia, centralizada com o texto	Espaço reservado, acima do texto	Em espaços que não apresentam foto nem texto	-	-
53	Páginas vermelhas	Superior: 2cm Inferior: 1,8cm Interna: 2cm (primeira página) e 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,2cm (primeira página) e 8,7cm	0,4cm	Somente na primeira página, logo abaixo do lead, sem alinhamento horizontal	Página inteira ou em espaço reservado, acima do texto	Sob o texto ou sobre as fotografias	Apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página, abaixo das fotos	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
53	Badulaque	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,5cm Externa: 1,5cm	1 ou 2	Para uma coluna: de 9,5 a 10,2cm Para duas colunas: de 7,2 a 8,7cm.	0,4cm	Somente na primeira página, no limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Junto ao título da matéria ou em espaço reservado, acima ou abaixo do texto, ou no espaço de uma coluna	Sobre as fotos, nas margens ou em espaços que não apresentam texto nem foto	-	-
53	Ensaio de moda	Superior: 1,5cm Inferior: 2,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	1	10cm		Somente na primeira página, no limite da margem, sem alinhamento horizontal	Página inteira, dentro das margens	-	Abaixo das fotos	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
53	Ensaio fotográfico	Superior: 2cm Inferior: * Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	Apesar de ter estrutura de duas colunas, apenas uma delas	Sobre a foto, alinhada à esquerda com o lead.	Página inteira ou duas páginas	-	Sobre as imagens	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração

					apresenta texto					das duas primeiras páginas
53	Botica	Superior: 2,2cm Inferior: 1,3cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	1 ou 2	Para uma coluna: 6cm Para duas colunas: 6,7cm	0,4cm	Na margem superior, sem alinhamento horizontal	Fotos de produtos em diversas posições, dentro das margens.ou página inteira.	Sob o texto	Fotografias numeradas e legendas próximas à foto	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
53	Editoras convidadas	Superior: 2,2cm Inferior: de 1,7cm a 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Na página esquerda, na margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Página inteira, duas páginas, em espaço reservado, acima ou abaixo do texto, ou no espaço de uma coluna	Sob o texto ou sobre as fotografias	Apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página, próxima a uma das fotos	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
53	Coluna Mundo TPM	Superior: 2cm Inferior: 3,2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	No limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	-	-	-	No canto inferior esquerdo
53	Coluna Penetra	Superior: 1,9cm Inferior: 2,6cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Sem alinhamento horizontal, logo acima do título, a 10,1cm do topo	Espaço reservado, acima do texto	-	-	-
53	Coluna do Meio	Superior: 0,6cm Inferior: 2,6cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Sem alinhamento horizontal, logo acima do título, a 8,5cm do topo	Espaço reservado, acima do texto	-	-	-
53	Coluna Um Pensamento	Superior: 3,7cm Inferior: 3cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Centralizada com o texto, logo acima do título, a 10,7cm do topo	Espaço reservado, acima do texto	-	-	No canto inferior esquerdo
53	Reportagens	Superior: de 1,5 a 11,5cm Inferior: 1,8cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	-	Página inteira, duas páginas (no caso das reportagens com mais de duas páginas), em espaço reservado, acima do texto, ou no espaço de uma coluna	Eem espaços que não apresentam foto nem texto ou sobre as fotos	Para fotografias reservadas, acima ou abaixo do texto: quando apresenta, apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes	Quando apresenta, na primeira página da reportagem, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas

									àquela página; para fotos que ocupam página inteira ou duas páginas: quando apresenta, sobre a foto	
* Não foi possível determinar a margem, pois há uma imagem que ultrapassa os limites da página										

Ed.	Seção	Margens	Qtd. de colunas	Largura das colunas	Espaço entre colunas	Posição da cartola	Posição das imagens (fotografias)	Posição das imagens (ilustrações)	Legenda	Numeração das páginas
54	Índice	Superior: 1,4cm Inferior: 1,6cm Interna: 1,6cm Externa: 2cm	1	8,7cm	-	No meio do texto	Espaço reservado, à esquerda do texto	Margem externa	-	-
54	E-mails e cartas Expediente	Superior: 1,7cm (e-mail) e 1,5cm (expediente) Inferior: 1,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Para e-mails: no limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto; para expediente: abaixo da segunda coluna de texto, alinhada à direita	-	Nas margens	-	-
54	Editorial	Superior: 1,5cm Inferior: * Interna: * Externa: 1,6cm	1	9,2cm		No limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Página inteira	Sobre a imagem	Sobre as fotos	-
54	Páginas vermelhas	Superior: 1,5cm Inferior: de 1,5 a 3,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Somente na primeira página, no limite das margens superior e externa	Página inteira, em espaço reservado, acima ou abaixo do texto, ou no espaço de uma coluna	Em espaços que não apresentam textos ou imagens.	Quando apresenta, apenas uma legenda por página indicando, todas as fotografias referentes àquela página, abaixo ou ao lado das fotos	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
54	Badulaque	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,6cm Externa: 1,3cm	1 ou 2	Para uma coluna 11,3cm e 17,7cm Para duas colunas: de 8 a 8,7cm.	0,4cm	Somente na primeira página, no limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Ao lado dos textos, inserida na coluna	Página inteira	-	-
54	Ensaio de moda	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	-	-	-	Somente na primeira página, na margem superior, alinhada à esquerda com a imagem	Página inteira, dentro das margens	-	Sobre as fotos	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
54	Ensaio fotográfico	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm	2	8,7cm	0,4cm	-	Em espaço reservado, acima do texto, ou no	-	Quando apresenta, abaixo da foto	Na primeira página da seção, no canto

		Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm					espaço de uma coluna			inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
54	Botica	Superior: 1,5cm Inferior: * Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Na margem superior, sem alinhamento horizontal	Página inteira	Sob o texto ou sobre as fotografias	-	Na primeira página da seção, no limite da margem externa e a 5,5cm da extremidade inferior da página, indicando a numeração das duas primeiras páginas
54	Editoras convidadas	Superior: 2cm Inferior: 1,8cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Na página esquerda, na margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Página inteira, duas páginas, em espaço reservado, acima ou abaixo do texto, ou no espaço de uma coluna	Em espaços que não apresentam foto nem texto ou sobre as fotos	Apenas uma legenda por página indicando todas as fotografias referentes àquela página, próxima a uma das fotos ou sobre a foto	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
54	Coluna Mundo TPM	Superior: 1,4cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	No limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Espaço resevado, acima do texto	-	-	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
54	Coluna Penetra	Edição não apresentou esta seção								
54	Coluna do Meio	Superior: 3cm Inferior: * Interna: 1,3cm Externa: *	2	8,7cm	0,4cm	No limite da margem superior, centralizada com o texto	No espaço de uma coluna	-	-	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
54	Coluna Um Pensamento	Superior: 6,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Centralizada com o texto, logo acima do título, a 13cm do topo	Espaço resevado, acima do texto, ou no espaço de uma coluna	-	-	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
54	Reportagens	Superior: 1,5cm Inferior:	2	8,7cm	0,4cm	-	Página inteira, duas páginas (no	Em espaços que não apresentam	Para fotografias reservadas,	Na primeira página da reportagem,

		de 1 a 7,5cm (maioria 2cm) Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm					caso das reportagens com mais de duas páginas), em espaço reservado, acima do texto, ou no espaço de uma coluna	foto nem texto ou sobre as fotos	acima ou abaixo do texto: quando apresenta, apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página; para fotos que ocupam página inteira ou duas páginas: quando apresenta, sobre a foto	no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas, em uma das reportagens aparece a 7,2cm da base.
* Não foi possível determinar a margem, pois há uma imagem que ultrapassa os limites da página										

Ed.	Seção	Margens	Qtd. de colunas	Largura das colunas	Espaço entre colunas	Posição da cartola	Posição das imagens (fotografias)	Posição das imagens (ilustrações)	Legenda	Numeração das páginas
55	Índice	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 7,5cm	1	9,5cm	-	No meio do texto	-	-	-	-
55	E-mails e cartas Expediente	Superior: 1,5cm Inferior: 11 (e-mails) e 2cm (expediente) Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Para e-mails: no limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto; para expediente: abaixo da segunda coluna de texto, sem alinhamento horizontal	-	-	-	-
55	Editorial	Superior: 1,5cm Inferior: 3cm Interna: 1,8cm Externa: 1,5cm	2	8,4cm	0,4cm	Acima do título, alinhada como se fizesse parte do texto.	Em espaço reservado, acima do texto	-	Abaixo da Imagem	-
55	Páginas vermelhas	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	1 ou 2	Para uma coluna: 10,5cm Para duas colunas: 8,7cm	0,4cm	-	Em espaço reservado, acima do texto, ou no espaço de uma coluna	-	Quando apresenta, abaixo da foto	-
55	Badulaque	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	1 ou 2	Para uma coluna: 10 e 7,2cm Para duas colunas: de 8,7 a 6,1cm	0,4cm	Somente na primeira página, no limite da margem superior, alinhada à direita com o texto	Em espaço reservado, acima ou abaixo do texto, ou no espaço de uma coluna	Página inteira, exceto sobre os textos.	-	-
55	Ensaio de moda	Superior: 1,5cm Inferior: de 2 a 2,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	-	-	-	Somente na primeira página, na margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Página inteira ou duas páginas, dentro das margens	-	Abaixo, ao lado ou sobre as fotos	Na primeira página da seção, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
55	Ensaio fotográfico	Superior: * Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Somente na primeira página, no canto superior esquerdo	Duas páginas ou em espaço reservado, acima do texto	-	-	-
55	Botica	Superior: 2cm Inferior:	1 ou 2	Para uma coluna:	0,4cm	Somente na primeira página, no	Página inteira ou em espaço	-	Fotos numeradas e descrição	Na primeira página da seção, no

		2,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm		9,3cm Para duas colunas: 8,7cm		limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	reservado, acima do texto		no texto	canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
55	Editoras convidadas	Superior: 2cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Na página esquerda, na margem superior, alinhada à esquerda com o texto	Página inteira, em espaço reservado, acima ou abaixo do texto, ou no espaço de uma coluna	-	Quando apresenta, apenas uma legenda por página, indicando todas as fotografias referentes àquela página, próxima a uma das fotos ou sobre a foto	Somente na primeira página, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas
55	Coluna Mundo TPM	Superior: 1,5cm Inferior: 3,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	-	-	-	-	Canto inferior esquerdo
55	Coluna Penetra	Superior: 1,5cm Inferior: 2,5cm Interna: * Externa: *	2	8,7cm	0,4cm	No limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	No espaço de uma coluna	-	-	-
55	Coluna do Meio	Superior: 1,5cm Inferior: 2,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	No limite da margem superior, alinhada à esquerda com o texto	-	-	-	-
55	Coluna Um Pensamento	Superior: 1,5cm Inferior: 3,5cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	Centralizada com o texto, logo acima do título, a 9,3cm do topo	Em espaço reservado, acima do texto, ou no espaço de uma coluna	-	-	-
55	Reportagens	Superior: 1,5cm Inferior: 2cm Interna: 1,3cm Externa: 1,6cm	2	8,7cm	0,4cm	-	Página inteira, em espaço reservado, acima do texto, ou no espaço de uma coluna	Apenas uma ilustração, em espaço reservado, acima do texto	Para fotografias reservadas, acima ou abaixo do texto: quando apresenta, apenas uma legenda por página indicando todas as fotografias referentes àquela página; para fotos	Na primeira página da reportagem, no canto inferior esquerdo, indicando a numeração das duas primeiras páginas

									que ocupam página inteira ou duas páginas: quando apresenta, sobre a foto	
* Não foi possível determinar a margem, pois há uma imagem que ultrapassa os limites da página										

Anexo B – Análise da tipografia em cada edição que compõe o *corpus*

Ed.	Seção	Cartola	Título	Lead	Texto	Olho	Legenda
50	Índice	Caixa alta, sem serifa	Caixa alta e baixa, sem serifa, <i>bold</i>	-	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com cores diferentes, alinhado à esquerda	-	-
50	<i>E-mails</i> e cartas Expediente	Caixa alta, sem serifa	Caixa alta, sem serifa, com cores diferentes	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>light</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>light</i> , <i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	-	-
50	Editorial	Caixa alta, sem serifa	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i>	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento justificado	-	-
50	Páginas vermelhas	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta, sem serifa, sem alinhamento	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, <i>bold</i> , corpo maior que o texto, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com corpo menor que o do texto
50	Badulaque	Caixa alta e baixa, sem serifa, <i>black</i>	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i>	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variação de cores, alinhamento justificado	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variações de corpo e peso
50	Ensaio de moda	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta, sem serifa, alinhado à esquerda	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, alinhamento justificado	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variações de corpo e peso
50	Ensaio fotográfico	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta, sem serifa, alinhado à esquerda; subtítulo com caixa alta e baixa, sem serifa, com cor diferente	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, alinhamento justificado	-	-
50	Botica	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta, sem serifa, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento justificado	-	Numerais, sem serifa, <i>bold</i> , com corpo maior que o do texto
50	Editoras convidadas	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , corpo maior que o do texto	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>bold</i> e <i>ultra-light</i>), com entreletras diferentes	Das colunas: caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , alinhado à esquerda com variação de cores.; das matérias: caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variações de corpo, inclinação e cores, alinhamento justificado	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com corpo menor que o do texto

50	Coluna Mundo TPM	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>)	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com corpo diferente, alinhado à esquerda	-	-
50	Coluna Penetra	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com corpo diferente, alinhado à esquerda	-	-
50	Coluna do Meio	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com corpo diferente, alinhado à esquerda	-	-
50	Coluna Um Pensamento	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com corpo diferente, alinhado à esquerda	-	-
50	Reportagens	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta e baixa, com serifa, <i>bold</i> , com alinhamentos diferentes. Em um caso*, caixa alta, sem serifa	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (normal e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento justificado. Em um caso*, com serifa e alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, <i>bold</i> , corpo maior que o do texto, quando inserido na coluna, alinhamento justificado; nos demais, alinhado à esquerda ou à direita	-
* Uma mesma reportagem, não apresenta serifa no título e apresenta serifa no texto.							

Ed.	Seção	Cartola	Título	Lead	Texto	Olho	Legenda
51	Índice	-	Caixa alta e baixa, sem serifa	-	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com cores diferentes, alinhado à esquerda	-	-
51	<i>E-mails</i> e cartas Expediente	Caixa alta, sem serifa	Caixa alta, sem serifa, com cores diferentes	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>light</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	-	-
51	Editorial	Caixa alta, sem serifa	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i>	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento justificado	-	-
51	Páginas vermelhas	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto, com cor diferente do texto	Caixa alta e baixa, com serifa, <i>bold</i> , sem alinhamento (uma parte em cada página)	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, com serifa, <i>bold</i> , corpo maior que o do texto, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com corpo menor que o do texto
51	Badulaque	Caixa alta e baixa, sem serifa, <i>black</i>	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i>	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variação de corpo, alinhamento justificado	-	-
51	Ensaio de moda	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta, sem serifa, sem alinhamento (uma parte em cada página); subtítulo com caixa alta e baixa, sem serifa e com cor diferente	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com diferentes inclinações, alinhamento justificado	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variações de corpo, peso e inclinação
51	Ensaio fotográfico	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta e baixa, com serifa, alinhado à esquerda, com variação de corpo	Caixa alta e baixa, sem serifa, com cores diferentes, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, com serifa, <i>bold</i> , corpo maior que o do texto, alinhado à esquerda	-
51	Botica	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta, sem serifa, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação no corpo, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variações no corpo e na inclinação, alinhamento justificado	-	Numerais, sem serifa, <i>bold</i> , com corpo maior que o do texto
51	Editoras convidadas	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , corpo maior que o do texto	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>bold</i> e <i>ultra-light</i>), com entreletras diferentes	Das colunas: caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , alinhado à esquerda com variação de cores; das matérias: caixa alta e baixa, sem	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variações de corpo, inclinação	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com corpo menor que o do texto, com variação de

				serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	e cores, alinhamento justificado		inclinação
51	Coluna Mundo TPM	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>)	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com corpo diferente, alinhado à esquerda	-	-
51	Coluna Penetra	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com corpo diferente, alinhado à esquerda	-	-
51	Coluna do Meio	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com corpo diferente, alinhado à esquerda	-	-
51	Coluna Um Pensamento	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com corpo diferente, alinhado à esquerda	-	-
51	Reportagens	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta e baixa, com serifa, <i>bold</i> , com variações no alinhamento e no corpo	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com inclinações diferentes, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com inclinações diferentes, alinhamento justificado.	Caixa alta e baixa, com serifa, <i>bold</i> , corpo maior que o do texto, alinhamento justificado ou alinhado à esquerda	-

Ed.	Seção	Cartola	Título	Lead	Texto	Olho	Legenda
52	Índice	Caixa baixa, com serifa, bold , com entreletras variado e cor diferente do texto	Caixa alta e baixa, sem serifa	-	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), com cores diferentes, alinhado à esquerda	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, bold , alinhada à direita
52	E-mails e cartas Expediente	Caixa alta, com serifa, com entreletras variado	Caixa alta, sem serifa, com cores diferentes	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>light</i> e bold), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), alinhado à esquerda	-	-
52	Editorial	Caixa baixa, com serifa, bold , com entreletras variado e cor diferente do texto	Caixa alta, sem serifa	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), alinhamento justificado	-	-
52	Páginas vermelhas	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto, com cor diferente do texto	Caixa alta e baixa, com serifa, bold , com variação no corpo, sem alinhamento (uma parte em cada página)	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), com inclinações diferentes, alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, com serifa, bold , corpo maior que o do texto, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com corpo menor que o do texto
52	Badulaque	Caixa alta e baixa, sem serifa, black	Caixa alta, sem serifa, bold	Caixa alta, sem serifa, bold , alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), alinhamento justificado	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com corpo menor que o do texto
52	Ensaio de moda	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta e baixa e caixa alta, com serifa, com variação de corpo, alinhado à esquerda; subtítulo com caixa alta e baixa, sem serifa e com cor diferente	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), com diferentes inclinação e corpo, alinhamento justificado ou alinhado à esquerda	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação de peso (<i>medium</i> e bold)
52	Ensaio fotográfico	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta e baixa e caixa alta, com serifa, com variação de corpo, alinhado à direita	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), com inclinações diferentes, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, alinhamento justificado	-	-
52	Botica	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta, sem serifa, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e bold), com inclinação variada, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), com variações no corpo e na inclinação, alinhado à esquerda	-	Numerais, sem serifa, bold , com corpo maior que o do texto
52	Editoras convidadas	Caixa alta, sem serifa, bold , corpo maior que o do texto	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (bold e <i>ultra-light</i>), com entreletras e corpos diferentes	Das colunas: caixa alta, sem serifa, bold , alinhado à esquerda com variação de cores; das matérias: caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), com variações de corpo, inclinação e cores, alinhamento justificado	Caixa alta, sem serifa, bold , com variações no corpo e nas cores	Caixa alta e baixa, sem serifa, com corpo menor que o do texto, com variações de inclinação e peso (<i>medium</i> e bold)
52	Coluna Mundo	Caixa alta e baixa, com serifa,	Caixa alta, com serifa,	Caixa alta e baixa, com serifa, alinhado	Caixa alta e baixa, com serifa, com cores	-	-

	TPM	com pesos diferentes (<i>medium e bold</i>)	<i>bold</i> , alinhamento centralizado	à esquerda	diferentes, alinhamento justificado		
52	Coluna Penetra	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com cores diferentes, alinhamento justificado	-	-
52	Coluna do Meio	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium e bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com cores diferentes, alinhamento justificado	-	-
52	Coluna Um Pensamento	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium e bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com cores diferentes, alinhamento justificado	-	-
52	Reportagens	-	Caixa alta e baixa, com serifa, <i>bold</i> , com variações no alinhamento, no corpo e nas cores	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium e bold</i>), com variação no corpo, alinhado à esquerda ou à direita	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium e bold</i>), com inclinações diferentes, alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, com serifa, <i>bold</i> , corpo maior que o do texto, alinhamento justificado, centralizado ou alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação de peso (<i>medium e bold</i>), com corpo menor que o do texto

Ed.	Seção	Cartola	Título	Lead	Texto	Olho	Legenda
53	Índice	Caixa baixa, com serifa, bold , com entreletras variado e cor diferente do texto	Caixa alta e baixa, sem serifa	-	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), com cores diferentes, alinhado à esquerda	-	-
53	<i>E-mails</i> e cartas Expediente	Caixa alta, com serifa, com entreletras variado	Caixa alta, sem serifa, com cores diferentes	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>light</i> e bold), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), alinhado à esquerda	-	-
53	Editorial	Caixa baixa, com serifa, com entreletras variado e cor diferente do texto	Caixa alta, sem serifa	Caixa alta, sem serifa, bold , alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), alinhamento justificado	-	-
53	Páginas vermelhas	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto, com cor diferente do texto	Caixa alta e baixa, com serifa, bold , sem alinhamento (uma parte em cada página)	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), com cor diferente do texto, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), com inclinações e cores diferentes, alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, com serifa, bold , corpo maior que o do texto, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com corpo menor que o do texto, alinhado à esquerda ou à direita
53	Badulaque	Caixa alta e baixa, sem serifa, black	Caixa alta, sem serifa, bold	Caixa alta, sem serifa, alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), com inclinação variada, alinhamento justificado	-	-
53	Ensaio de moda	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação de corpo, sem alinhamento	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), alinhamento justificado ou alinhado à esquerda	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação de peso (<i>medium</i> e bold), com corpo e inclinação variados, alinhado à esquerda
53	Ensaio fotográfico	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta e baixa, com serifa, com variações de corpo e cores, sem alinhamento (uma parte em cada página)	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, alinhamento justificado	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação de peso (<i>medium</i> e bold), com variação de cores, alinhado à esquerda
53	Botica	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta, sem serifa, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e bold), com inclinação	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e bold), com variações no	-	-

				variada, alinhado à esquerda	corpo e na inclinação, alinhamento justificado		
53	Editoras convidadas	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , corpo maior que o do texto	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>bold</i> e <i>ultra-light</i>), com entreletras e corpos diferentes	Das colunas: caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , alinhado à esquerda, com variação de cores; das matérias: caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variações de corpo, inclinação e cores, alinhamento justificado	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , com variações no corpo e nas cores, alinhamento justificado ou alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com corpo menor que o do texto
53	Coluna Mundo TPM	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>)	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, com cores diferentes, alinhamento justificado	-	-
53	Coluna Penetra	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , sem alinhamento	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação de peso, alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com cores diferentes, alinhamento justificado	-	-
53	Coluna do Meio	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , sem alinhamento	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com cores diferentes, alinhamento justificado	-	-
53	Coluna Um Pensamento	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com cores diferentes, alinhamento justificado	-	-
53	Reportagens	-	Caixa alta e baixa ou caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , com variações no alinhamento e no corpo	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com inclinações e cores diferentes, alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variação na inclinação, corpo maior que o do texto, alinhamento centralizado ou alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação de peso (<i>light</i> , <i>medium</i> e <i>bold</i>), com variações na inclinação e nas cores, com corpo menor que o do texto, alinhamento justificado ou alinhado à esquerda

Ed.	Seção	Cartola	Título	Lead	Texto	Olho	Legenda
54	Índice	Caixa alta, com serifa	Caixa alta e baixa, sem serifa	-	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com cores diferentes, alinhado à esquerda	-	-
54	<i>E-mails</i> e cartas Expediente	Caixa alta, com serifa	Caixa alta, sem serifa, com cores diferentes	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>light</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	-	-
54	Editorial	Caixa alta, com serifa	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i>	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento justificado	-	-
54	Páginas vermelhas	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto, com cor diferente do texto	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação de corpo, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com inclinações e cores diferentes, alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, com serifa, <i>bold</i> , corpo maior que o do texto, com variação de cores, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com corpo menor que o do texto, alinhado à esquerda, à direita ou justificado
54	Badulaque	Caixa alta e baixa, sem serifa, <i>black</i>	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i>	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com inclinação variada, alinhamento justificado ou contornado imagens	-	-
54	Ensaio de moda	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta e baixa, com serifa, sem alinhamento (uma parte em cada página)	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação de peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com corpo e inclinação variados, alinhado à esquerda
54	Ensaio fotográfico	-	Caixa alta e baixa, com serifa, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação de peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação de peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), corpo maior que o do texto, alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, sem serifa, alinhado à esquerda
54	Botica	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta, sem serifa, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com	-	-

				inclinação variada, alinhado à esquerda	variações no corpo e na inclinação, alinhamento justificado		
54	Editoras convidadas	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , corpo maior que o do texto	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>bold</i> e <i>ultra-light</i>), com entreletras, cores e corpos diferentes	Das colunas: caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , alinhado à esquerda com variação de cores; das matérias: caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variações de corpo, inclinação e cores, alinhamento justificado	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , com variações no corpo e nas cores, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação de inclinação, com corpo menor que o do texto
54	Coluna Mundo TPM	Caixa alta e baixa, com serifa, com cor diferente do texto	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, com cores diferentes, alinhamento justificado	-	-
54	Coluna Penetra	Edição não apresentou esta seção					
54	Coluna do Meio	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com cores diferentes, alinhamento justificado	-	-
54	Coluna Um Pensamento	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com cores diferentes, alinhamento justificado	-	-
54	Reportagens	-	Caixa alta e baixa, com serifa, com variações no alinhamento e no corpo	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com inclinações e cores diferentes, alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), corpo maior que o do texto, com variação na cor, alinhamento centralizado ou alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com corpo menor que o do texto, alinhado à esquerda

Ed.	Seção	Cartola	Título	Lead	Texto	Olho	Legenda
55	Índice	Caixa alta, com serifa	Caixa alta e baixa, sem serifa	-	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com cores diferentes, alinhado à esquerda	-	-
55	E-mails e cartas Expediente	Caixa alta, com serifa	Caixa alta, sem serifa, com cores diferentes	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>light</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	-	-
55	Editorial	Caixa alta, com serifa	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i>	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com inclinação diferente, alinhamento justificado	-	Caixa alta e baixa, sem serifa, com corpo menor que o do texto
55	Páginas vermelhas	-	Caixa alta, sem serifa, sem alinhamento (uma parte em cada página)	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com inclinações e cores diferentes, alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), corpo maior que o do texto, alinhado à esquerda ou à direita	Caixa alta e baixa, sem serifa, com corpo menor que o do texto, alinhado à esquerda
55	Badulaque	Caixa alta e baixa, sem serifa, <i>black</i>	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i>	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com inclinação e cores variadas, alinhamento justificado	-	-
55	Ensaio de moda	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta e baixa, com serifa	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	-	Caixa alta e caixa alta e baixa, sem serifa, com variação de peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação de peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com corpo e inclinação variados, alinhado à esquerda
55	Ensaio fotográfico	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa baixa, com serifa, com variação de peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), sem alinhamento (uma parte em cada página)	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa e caixa alta, sem serifa, com variação de peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento justificado	-	-
55	Botica	Caixa alta, sem serifa, corpo menor que o do texto	Caixa alta, sem serifa, com variação no corpo, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento justificado	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variações no corpo e na inclinação, alinhamento justificado	-	Numerais, sem serifa, <i>bold</i> , com corpo igual ao do texto
55	Editoras convidadas	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , corpo maior que o do texto	Caixa alta, sem serifa, com pesos diferentes (<i>bold</i> , <i>medium</i> e <i>ultra-light</i>), com	Das colunas: caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , alinhado à esquerda, com variação de cores; das matérias:	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variações de corpo, inclinação e cores, alinhamento justificado	Caixa alta, sem serifa, <i>bold</i> , com variação no corpo, cor diferente do texto, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variações de inclinação, corpo e cores, alinhado à esquerda ou à

			entreletras, cores e corpos diferentes	caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variação na inclinação, alinhado à esquerda			direita
55	Coluna Mundo TPM	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com cor diferente do texto	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variação no corpo, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento justificado	-	-
55	Coluna Penetra	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, alinhado à esquerda	-	-
55	Coluna do Meio	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento justificado	-	-
55	Coluna Um Pensamento	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta, com serifa, <i>bold</i> , alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento centralizado	Caixa alta e baixa, com serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhamento justificado	-	-
55	Reportagens	-	Caixa alta e baixa, com serifa, com variações no alinhamento e no corpo, ou caixa alta, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), alinhado à esquerda ou sem alinhamento (uma parte em cada página)	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com variação na inclinação, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com pesos diferentes (<i>medium</i> e <i>bold</i>), com inclinações diferentes, alinhamento justificado	Caixa alta, sem serifa, com variação no peso (<i>light</i> , <i>medium</i> e <i>bold</i>), corpo maior que o do texto, com variações no corpo e na cor, alinhado à esquerda	Caixa alta e baixa, sem serifa, com variação no peso (<i>medium</i> e <i>bold</i>), corpo menor que o do texto, alinhado à esquerda ou à direita