

ARTIGO

DESIGN DE JORNAIS — PROCESSOS, ROTINAS E PRODUTO:

um estudo do Segundo Caderno, suplemento cultural de Zero Hora

Copyright © 2014
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores
em Jornalismo

PATRÍCIA LOPES DAMASCENO

Universidade Federal de Pelotas

ANA GRUSZYNSKI

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

RESUMO - O artigo trata do projeto gráfico do suplemento de cultura diário *Segundo Caderno* do jornal Zero Hora (ZH). O estudo identifica e analisa quais elementos gráficos e que estratégias compositivas são utilizadas pela publicação, verificando como eles se articulavam com os processos editoriais e com os valores do campo jornalístico. Os procedimentos metodológicos adotados foram a pesquisa bibliográfica; a avaliação quantitativa e qualitativa de um corpus composto por 24 edições de julho, agosto, setembro e outubro de 2011; a observação das rotinas produtivas; e entrevistas não estruturadas com cinco profissionais dessa editoria. Os resultados mostraram que o jornalismo possui uma cultura de trabalho muito forte e consolidada, e que suas condicionantes guiam a prática do design nesse contexto. Observou-se ainda o desconhecimento do perfil de leitores por parte dos profissionais da redação, o descompasso entre a possibilidade de planejamento antecipado do conteúdo em virtude da ligação com a agenda de eventos e o uso restrito de recursos visuais, destacando-se o número significativo de fotos de divulgação.

Palavras-chave: Design de jornais. Design editorial. Jornalismo cultural. *Segundo Caderno*. Zero Hora.

DISEÑO DE PERIÓDICOS – PROCESOS, RUTINAS Y PRODUCTO: un estudio de *Segundo Caderno*, suplemento de cultura de Zero Hora

RESUMEN - Este artículo se ocupa del proyecto gráfico *Segundo Caderno*, suplemento diario de cultura del periódico Zero Hora (ZH). El estudio identifica y analiza los elementos gráficos y las estrategias compositivas utilizadas por la publicación, verificando cómo se articulan con los procesos editoriales y con los valores del campo periodístico. Los procedimientos metodológicos adoptados fueron: la investigación bibliográfica; la evaluación cuantitativa y cualitativa de un corpus compuesto por veinticuatro ediciones de julio, agosto, septiembre y octubre de 2011; la observación de las rutinas productivas; y entrevistas no estructuradas con cinco profesionales del suplemento mencionado. Los resultados mostraron que el periodismo tiene una cultura de trabajo consolidada y que sus condicionantes guían la práctica del diseño en este contexto. Asimismo, se ha observado el desconocimiento del perfil de los lectores por parte de los profesionales de la redacción y la discordancia entre la posibilidad de la planificación anticipada del contenido en virtud de la conexión con la agenda de eventos y el uso limitado de recursos visuales, destacándose el número significativo de fotos de divulgación.

Palabras clave: Diseño de periódicos. Diseño editorial. Periodismo cultural. *Segundo Caderno*. Zero Hora.

NEWSPAPER DESIGN – PROCESSES, ROUTINES AND PRODUCT: a study of *Segundo Caderno*, cultural supplement from Zero Hora

ABSTRACT - The article discusses the graphic design of *Segundo Caderno* supplement from the newspaper Zero Hora (ZH). The study identifies and analyses witch graphical elements e what compositional strategies are used by the periodic, verifying how these area articulated with the editorial process and the values of the journalistic field. The methodological procedures utilized were bibliographical research; qualitative and quantitative evaluation of a corpus composed by 24 editions of the months of June, August, September and October of 2011; observation of the productive routines; and non-structured interviews with five professionals of this supplement. The results showed that journalism possesses a strong e consolidated work culture, and that its constraints guide the design practice in this context. It was also observed that the ignorance of the reader's profile by the journalists, the mismatch between the possibility of advanced planning in virtue of the connection with the events agenda and the restricted use of visual resources, highlighting by a significant number of released photos.

Keywords: Newspaper design. Editorial design. Cultural journalism. *Segundo Caderno*. Zero Hora.

INTRODUÇÃO

A forma gráfica do jornal impresso é parte do contrato de comunicação que se estabelece entre uma publicação e seus leitores. Para Gäde (2002), a confiança que o público deposita nos conteúdos de um periódico está ligada ao aspecto ótico original e autêntico com que os conteúdos lhe são apresentados, a partir de como ele os percebe: da textura e qualidade do papel, passando pela qualidade da impressão, disposição das informações etc. A estrutura visual recorrente torna um mesmo periódico reconhecível, ainda que os conteúdos apresentados sejam completamente diversos a cada dia. O design é estratégico no sentido de orientar um possível percurso do olhar dos sujeitos pelas páginas, uma vez que, conforme a disposição dos elementos, eles podem descrever movimentos de leitura diversos (GRUSZYNSKI, 2011). O planejamento gráfico, ao conformar a materialidade do periódico, atua como mediador, estruturando a organização e hierarquia dos elementos informativos, segundo critérios de edição.

O presente artigo problematiza o campo da produção editorial, tendo como foco, de maneira geral, a apresentação visual do jornal impresso e, de maneira particular, uma análise sistemática sobre a configuração do espaço gráfico do seu segmento de cultura¹. Nos últimos anos, a importância do design para os jornais foi revigorada

e impulsionada por quedas de circulação no setor e pela configuração midiática contemporânea, marcada pela presença das tecnologias digitais.

Desde 2008, diversas reformas gráficas foram empreendidas pelos principais jornais do país². Nessas situações, alguns periódicos fizeram questão de promover publicidade em torno de tal acontecimento, a exemplo da *Folha de S. Paulo* (GRUSZYNSKI, 2012). Em outros casos, fizeram altos investimentos na contratação de escritórios especializados para elaborar seus novos projetos visuais, fato que manifesta a importância do reposicionamento gráfico no conjunto das mudanças³.

Essa atenção conferida ao projeto gráfico remonta experiências da década de 1950, quando alguns dos principais jornais brasileiros apostaram no potencial visual de seus suportes. Mesmo em contextos distintos, cabe evidenciar a trajetória do *Jornal do Brasil* (JB), que consagrou uma nova dinâmica gráfica a partir de seu caderno de cultura, chamado *Caderno B*. Essa publicação foi um dos principais expoentes tanto em projeto editorial como gráfico, tornando-se referência não só para os suplementos culturais mas também para o campo do jornalismo impresso no Brasil de maneira geral. Sob a perspectiva do design gráfico, destaca-se o fato de um jornal que se transforma tendo como carro chefe sua proposta estética e encontrando no caderno de cultura o espaço ideal para experimentação. Segundo Golin e Cardoso (2010, p. 9), uma das características marcantes desse tipo de abordagem jornalística está na apresentação visual, em que “historicamente, esse segmento utiliza o projeto gráfico como uma forma de diferenciação discursiva”.

Ademais, frente à crise no setor, o jornal realmente passou a se preocupar em se “tornar mais atrativo visualmente” (DEJAVITE, 2008, p. 1), além de dispor de informações que atendessem às novas preferências do público. Por sua vez, as táticas tinham como missão tentar fidelizar leitores e até incrementar vendas e assinaturas.

Desse modo, juntamente ao redesenho, mais uma vez um dos segmentos que pôde ser identificado como estratégico foi aquele dedicado à cultura, tornando-se também um importante canal de entrada para o leitor jovem⁴. De acordo com Piza (2009), as seções de cultura estão entre as mais lidas e muitas vezes são elas as responsáveis por aproximar e manter o público junto à publicação: “a seção cultural sempre foi um poderoso vértice de identidade do leitor para com a publicação” (PIZA, 2009, p. 64). Para ele, a natureza dos assuntos tratados é convidativa, indicando geralmente atividades prazerosas.

Em consonância com o breve panorama apresentado, no ano de 2009, o periódico diário de referência no Rio Grande do Sul (RS), o jornal

Zero Hora, lançou edição em comemoração aos seus 45 anos, marcada, entre outros aspectos, por uma nova orientação visual conferida ao seu projeto gráfico. A publicação tem a maior circulação paga no RS e ocupa a sexta posição no Brasil: segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), a média chegou a 190.761 exemplares por dia em agosto de 2011⁵. *Zero Hora* também é líder em leitura: segundo dados do Ibope⁶ de outubro de 2010, o jornal possui cerca de 1,7 milhões de leitores.

Sua condição dominante no RS deve-se também ao fato de pertencer ao maior conglomerado de comunicação do referido estado, a *Rede Brasil Sul de Comunicação* (RBS) (FONSECA, 2008). Dentre os seus 25 cadernos, o suplemento diário que se dedica à cobertura cultural é o *Segundo Caderno*, que circula de segunda a sábado. Está entre os mais lidos do jornal⁷, ficando na terceira posição com 401 mil leitores⁸, atrás apenas dos semanais TV+Show (424.000) e Cultura (414.000), ambos produzidos pela mesma editoria – fato que comprova o interesse dos leitores pelo segmento de cultura.

Nosso estudo identificou e analisou quais eram os elementos gráficos e as estratégias compositivas utilizadas no *Segundo Caderno*, verificando como eles se articulavam com os processos editoriais e com os valores do campo jornalístico, a fim de compreender as especificidades do design gráfico desenvolvido junto ao segmento cultural. Os procedimentos metodológicos abrangeram a pesquisa bibliográfica; a avaliação quantitativa e qualitativa de um corpus composto por 24 edições de julho, agosto, setembro e outubro de 2011; a observação das rotinas produtivas; e entrevistas não estruturadas com cinco profissionais dessa editoria. Para o corpus de pesquisa, foi selecionada uma semana de publicação durante quatro meses (sendo uma de cada mês), em que foi conciliada a última semana de análise das edições com a observação *in loco*.

A partir da pesquisa bibliográfica, em especial daqueles autores que se dedicam ao estudo dos fenômenos visuais (ARNHEIM, 2005; DONDIS, 2007; GOMES FILHO, 2004; LUPTON; PHILLIPS, 2008) e do design de jornais (FROST, 2003; GARCIA, 1987; LAREQUI, 1994; LOCKWOOD, 1992; ZAPPATERRA, 2007), foram elaboradas as categorias de análise do projeto gráfico. Quanto aos elementos singulares, compreenderam uma tabela que deu conta da avaliação quantitativa. As estratégias de articulação dos elementos (tendo como referência os dados quantitativos obtidos) e sua relação com o conteúdo informativo foram analisadas por meio de avaliação qualitativa.

Portanto, foi a partir desse percurso que se buscou não somente a análise do produto final mas também a discussão acerca de quais processos envolvidos na rotina produtiva do jornal determinam

o que vai ou não para a página e, principalmente, de que forma esse conteúdo será ofertado ao leitor, a fim de problematizar como os processos de edição relacionam-se com aquilo que é publicado.

1 O PROJETO GRÁFICO DO *SEGUNDO CADERNO*

ZH tem formato tabloide, sendo suas dimensões de 28,3 x 38cm, com mancha gráfica de 26 x 35cm, distribuída em um diagrama de cinco colunas. A paginação explora variações nas larguras das colunas ao longo das páginas e das edições, dinamizando o *grid* de base. Num total de oito páginas, o *Segundo Caderno* segue a tradição de oferecer uma estrutura de seções organizadas por página, a qual se mantém ao longo da semana havendo algumas alterações em dias específicos. Vejamos sua estrutura:

Capa (Fig. 1) – De um modo geral, reserva seu espaço apenas para um assunto, que pode ou não ter continuidade nas páginas internas, e apresenta uma imagem dominante. No *layout*, o fólio traz a marca do jornal, cidade, dia da semana e data. Abaixo deste, encontram-se o logotipo do caderno e, às vezes, à sua direita, a presença de uma chamada para matéria interna. Além disso, uma barra de cor com o endereço eletrônico do *Segundo Caderno*, nome e contato do editor e do responsável pela diagramação localiza-se abaixo do logotipo. Quanto às cores, a escolha é definida a partir de alguma cor predominante da imagem principal. Também são elementos constantes o título em uma combinação entre fonte em negrito e em modo normal, a linha de apoio principiada por uma barra vertical, a assinatura do jornalista no início da matéria, o *lead* destacado em negrito e o uso de capitular. Quando necessário, há a inserção de *boxes* com informações complementares ou com destaques do texto, sendo separados por fios ou com fundo de cor diferente.

Figura 1 Capas, 03/03/11; 23/02/11; 22/02/11



Página 2, coluna social (Fig. 2) – Mosaico de notas, breves e fotolegendas. A organização do conteúdo utiliza títulos menores que o restante do caderno, capitulares e boxes para destaques. Os textos são alinhados à esquerda e também diferem das demais páginas, possuem variações de fontes com e sem serifa, versalete, entre outros recursos. Não há um padrão de número de colunas, assim como de tamanho das fotos. Inclusive, comumente apresenta fotos de objetos recortados de seu fundo. O cabeçalho, nesse caso, é acrescido do nome da coluna, com foto e nome de seu colunista.

Figura 2 Páginas 2, 05/12/11; 29/11/11; 22/11/11



Página 3 (Fig. 3) – Espaço “multitemático” em que se concentram os maiores anúncios – ou em maior volume, que apresenta colunas fixas nas segundas e terças-feiras. Por esses fatores, o espaço editorial fica reduzido, geralmente privilegiando uma matéria que vem indicada por uma ou mais cartolas. A disposição visual segue a linha da capa.

Figura 3 Páginas 3, 29/11/11; 21/11/11; 07/03/11



Página central, 4 e 5 (Fig. 4) – Um dos principais diferenciais dessas páginas reside na possibilidade de se planejar a página dupla. Isso é possível pela isenção das margens internas, favorecendo a relação sequencial

em toda superfície. Comportam, na maior parte das vezes, mais de uma foto, tendo sempre uma preponderante. No caso de mais de uma matéria, a maior foto tende a corresponder ao assunto de maior relevância. Nota-se que em composições como essas a página par (esquerda) normalmente é a que sustenta o conteúdo principal. Outra característica evidente é a cartola que organiza temas por cada dia da semana, com exceção dos sábados, são eles: segundas *entrevista*, terças *discos*, quartas *livros*, quintas *cinema*, sexta *estreias*. No entanto, verificou-se que eventualmente essa regularidade é rompida. Inclusive, a central também comporta uma coluna fixa sábados.

Figura 4 Páginas 4 e 5 (central), 05/03/11; 21/02/11



Página 6 (Fig. 5) – Assim como a página três, essa também pode ser considerada “multitemática”. Quanto à apresentação visual, segue a lógica já descrita do caderno, com a mesma configuração visual e padrões. A principal diferença corresponde à estrutura editorial com presença de colunas diárias, com exceção das sextas-feiras. Nesse dia da semana, verifica-se certa estrutura que se repete sob a temática de *cinema*, correspondendo às cartolas *DVD* e *Lançamentos* e, eventualmente, *TOP10* com os filmes mais locados. Da mesma forma, aos sábados, além da coluna fixa, observa-se a apresentação da seção destinada ao público infantil, *Clubinho*, e ao público jovem, *Kzuka*.

Figura 5 Páginas 6, 19/11/11; 22/11/11; 11/11/11



Página 7 (Fig. 6) – Seção com maior regularidade estrutural, tanto editorial quanto visual, na qual estão dispostos os quadrinhos, palavras cruzadas e horóscopo. O padrão de cores segue as tonalidades de azul do caderno, assim como o aspecto das cartolas.

Figura 6 Página 7, 05/12/11



Contracapa (Fig. 7) – Composta por fotografias e notas, sua configuração dialoga em vários aspectos com a página dois. O conteúdo é organizado por títulos menores em relação às demais páginas do caderno, com presença de capitulares e boxes. A nota apresentada no topo da página recebe destaque. Há presença de um box contendo frase de alguma personalidade, destacada por fundo colorido e aspas. É possível encontrar – com mais frequência – a presença de ilustração.

Figura 7 Contracapas, 30/11/11; 19/11/11; 25/11/11



De um modo geral, é possível perceber a existência de um padrão que perpassa as páginas do suplemento. A paleta de cores empregada segue o mesmo estilo do jornal, formada por tonalidades de azul, bem como o uso pontual do vermelho. Os demais elementos que integram o modelo do caderno são: os títulos, que apresentam uma combinação entre palavras em negrito e no modo normal; a linha de apoio, principiada por uma barra vertical; a assinatura do jornalista, no início da matéria; o *lead*, destacado em negrito; o uso de capitular, inaugurando o texto; o estilo das legendas assim como o das cartolas, dos boxes, dos fios, entre outros componentes.

2 PROCESSOS E PRÁTICAS QUE CONDUZEM O DESIGN EDITORIAL

Os procedimentos metodológicos adotados forneceram diferentes perspectivas que guiaram o acompanhamento dos processos editoriais e das rotinas produtivas do *Segundo Caderno* e, conseqüentemente, auxiliaram na percepção das especificidades do design desenvolvido junto ao segmento cultural no veículo. Em nível teórico, inferimos que tanto a atividade jornalística quanto a de design buscam promover o interesse pela leitura.

Nesse sentido, a apresentação visual e a informação formam uma unidade, em que recursos de diferentes ordens convergem para esse objetivo. Como produto da prática jornalística, a notícia é seu elemento representativo; no design editorial, ela corresponderia ao projeto gráfico. Em ambos os casos, é pressuposto básico de suas expressões mobilizarem suas técnicas no sentido de selecionar, valorizar e hierarquizar o conteúdo.

No jornalismo, o processo de valoração dos fatos responde a parâmetros – critérios de noticiabilidade, valores-notícia (WOLF, 1995) – que balizam a seleção daquilo que é considerado mais importante noticiar; no design, a articulação entre os elementos gráficos procura estabelecer materialmente a correspondência a esses valores do conteúdo noticioso. As rotinas estabelecem um fluxo de atividades que visam minimizar a subjetividade dos procedimentos e agilizar o trabalho, visto que as decisões são tomadas em um contexto cujos prazos são justos, no qual a hesitação e a dúvida não são bem-vindas.

Na medida em que o design coloca-se a serviço do jornalismo, temos formas gráficas que visam ser a expressão visual dos conteúdos. No entanto, existe uma pluralidade de maneiras de expressá-lo que está diretamente atrelada à natureza dos diversos segmentos do jornalismo. Desse modo, o jornalismo cultural, mesmo sendo guiado pelas noções gerais do campo, configura uma forma particular de produção do conhecimento resultante do meio no qual é produzido, difundido e consumido.

Com relação ao modelo dos “Segundos Cadernos”, consolidou-se entre meados da década de 1980 e início dos anos de 1990, com os jornais, instituindo seções individualizadas, baseando-se em estratégias de mercado, a fim de atingir leitores interessados em assuntos específicos. Desde então, a organização do conteúdo visa aproximar os assuntos em grupos de páginas tanto em nível editorial quanto gráfico. Estratégia ainda muito utilizada, conforme atestam Garcia (1987) – que denomina essa setorização de *packaging* (embalagem, “empacotamento”) – e Larequi (1994) que, por sua vez, chama isso de *ordenamento temático*.

Atualmente, a estratégia de departamentalização do jornal tem como referência as preferências do mercado publicitário local e dos assinantes, bem como o comportamento da equipe do jornal. Luiz Adolfo Lino de Souza (2011), editor de arte de ZH, explicou que o periódico tem “vários jornais dentro de um”, visto que cada caderno possui um projeto gráfico muito específico.

Já Souza (2011) argumentou que tanto o mercado publicitário gaúcho quanto os leitores são contrários à iniciativa de suplementos que não se distinguem, do ponto de vista gráfico, do corpo principal do jornal, da mesma forma que os jornalistas da redação solicitam essa diferenciação. Mesmo assim, o editor reconheceu que são necessários alguns padrões que perpassem as páginas para garantir a coesão da publicação. Nesse sentido, justifica que as estratégias

baseiam-se nas diferentes modalidades de assinatura, tendo em vista que ZH possui assinantes dominicais, outros apenas nos dias úteis, outros que assinam sábado/domingo/segunda, por exemplo. Desse modo, suplementos diários assemelham-se ao padrão mais geral do jornal, já aqueles semanais buscam algo diferenciado, mais próximo do *layout* das revistas.

O referencial teórico também sugere distinções entre o estilo da cobertura cultural de cadernos semanais e diários, diferenças que igualmente estão relacionadas com a periodicidade dos suplementos e o perfil dos leitores. Quanto ao espaço destinado à cultura, nos suplementos semanais, apresenta textos mais aprofundados de caráter formativo e crítico. Já o *Segundo Caderno* corresponde a alguns dos pressupostos indicados pelos autores Gadini (2009) e Piza (2009), relacionando-se com os cadernos ditos de “variedades” ou “artes e espetáculos”.

Conforme revelou o estudo quantitativo e qualitativo, houve grande presença de unidades informativas como matérias, notas e breves em detrimento de gêneros como a reportagem, ou seja, apresentando um nível menor de aprofundamento dos temas. Do mesmo modo, oferece colunismo social, programação de TV e roteiro de cinema que vem encartado junto ao caderno.

Paralelamente, a temática da cobertura também indicou assuntos como *música* e *cinema* como os mais evidentes e, geralmente, ligados a lançamentos de CDs e estreias de filmes. Indícios que estão de acordo com um dos valores-notícia apontado no referencial e encontrado na amostra, o da *novidade*.

Outro muito presente foi o de *proximidade*, o qual coincide com a orientação de ZH em privilegiar o conteúdo com foco voltado para a região de Porto Alegre. Aliás, essa característica também foi percebida nas entrevistas com os profissionais, a exemplo do depoimento do repórter Marcelo Perrone (2011), que confirmou a preferência pelos temas locais e ressaltou que esse pode ser um diferencial da cobertura do jornal, visto que o leitor só encontra determinadas notícias em ZH.

Tendo em vista a noção de Gadini (2009), o qual adverte que o jornalismo cultural ao mesmo tempo que pauta o setor cultural é pautado por ele, identificou-se o significativo vínculo com a *agenda*. Durante a observação, foi possível presenciar na editoria a chegada constante de materiais de divulgação, da mesma forma que uma grande quantidade de *e-mails* recebidos das mesmas fontes. Além disso, livros, CDs, revistas, DVDs, *folders*, pacotes e caixas dividiam os espaços nas mesas com os computadores.

A esse respeito, por vários momentos, Perrone (2011) comentou sobre a problemática que a associação com a agenda cria, da qual o segmento diário de cultura não tem como fugir e deve cobrir. Também na entrevista com o editor do caderno Ticiano Osório (2012), foi possível perceber que, embora haja a iniciativa em estimular a criação em detrimento da “reprodução” do material recebido, ela não é uma tarefa fácil, nem mesmo é comum obter êxito. Nesse sentido, Osório (2012) também ressaltou o lado positivo desse estilo de cobertura, uma vez que, normalmente, é possível planejar o conteúdo com antecedência, porém reconhece que pode não ser bom em virtude de se ficar muito preso a um esquema pré-estabelecido.

Em vários momentos da entrevista, Osório indicou uma série de fatores que ressalta a dificuldade de lidar com a agenda, que vai desde questões de nível institucional até fatores internos da equipe, passando pelas necessidades de cada dia noticioso que interfere diretamente nas escolhas. Mesmo assim, afirmou buscar na abordagem do caderno um equilíbrio entre os assuntos, selecionando temáticas que abranjam diversos segmentos da esfera cultural, privilegiando a produção de fotos próprias, tendo em vista que assim é mais fácil concorrer por um lugar na capa de ZH. Entretanto, as evidências encontradas na amostra apontam para outra perspectiva. A busca pela origem das fotos revelou que a grande maioria era de divulgação, correspondendo a praticamente metade da amostra (48%). Esses são dados que, de algum modo, podem refletir essa dificuldade que o setor encontra em sair do circuito da indústria cultural.

Por sua vez, a opinião de um dos editores de fotografia do jornal, Jefferson Botega (2011), revela um paradoxo: ao mesmo tempo que não há dúvidas sobre a importância do papel da fotografia no jornal, relatou que a equipe de fotógrafos vem diminuindo ao longo dos anos em *Zero Hora*. Além disso, Botega (2011) expôs que muitos jornais não têm investido em coberturas fotográficas próprias e com isso não irão possuir um registro diversificado dos fatos, a partir de um olhar peculiar, pois as fotos possuem, em grande maioria, a mesma origem e o material comprado pelo jornal é restrito.

Com efeito, uma ação recorrente averiguada na diagramação durante a observação foi que a composição das páginas era, na maioria das vezes, iniciada pela fotografia. Em entrevista, a diagramadora Lisiane Foletto (2011) assinalou: “a imagem é fundamental para pensar a página”. Corroborando com essa ideia, Botega (2011) mencionou em sua entrevista que “uma boa foto muda o *layout* da página”, ambos revelando a importância da imagem no processo criativo.

Por um lado, notou-se – tanto na observação quanto na entrevista

com Foletto (2011) – que existe certa rotina de diagramação orientada pela hierarquia do caderno. Em vista disso, essa sequência mostrava-se atrelada, primeiro, ao grau de complexidade de cada página e, segundo, à urgência de preparação dessas dentro do fluxo de produção. De outro lado, foi possível perceber que existem alguns requisitos que guiam o planejamento gráfico do caderno, quais sejam: características das fotografias (motivo, formato, qualidade estética); volume de texto; orientação editorial, de modo que, conseqüentemente, as páginas que armazenam o conteúdo principal do caderno irão demandar mais tempo de elaboração; e condições inerentes ao curso diário de produção que ordenam a seleção do que deve ser projetado primeiro. Essa estrutura, além de coincidir com os apontamentos do referencial teórico, reflete que as páginas com mais tempo para elaboração e com fotografias que oferecem boas possibilidades compositivas tendem a estimular melhores soluções formais.

Saliente-se ainda que o fato de as pautas usufruírem de mais tempo de planejamento do ponto de vista editorial não pressupõe que a diagramação conte com a mesma condição, em função do baixamento diário. Segundo Souza (2011), isso torna mais difícil produzir recursos como ilustrações e infográficos, dependendo da complexidade, pois demandam tempo de criação. A solução que aponta para isso é que sejam solicitados com antecedência pela editoria à equipe de arte.

De acordo com o que informou o editor do caderno, procura-se definir o esquema da semana nas reuniões de pauta da editoria às sextas-feiras, quando também são discutidas algumas soluções gráficas para os assuntos a cobrir. Por conseguinte, o profissional de diagramação não participa desse encontro, uma vez que as sextas-feiras são dias cruciais para a diagramação, que deve concluir a edição de sábado e também procurar finalizar a de segunda-feira.

Nas entrevistas, também questionamos os profissionais sobre qual o papel que o design assumia para o jornal e, sob a ótica conceitual, todos manifestaram que o consideram fundamental. Nesse sentido, Souza (2011) ressaltou a atual fase de transição pela qual passa o setor impresso em função das novas tecnologias, cujos *softwares*, além de terem viabilizado uma série de possibilidades de paginação e tratamento de imagem, também fomentaram a competitividade do jornal com as outras mídias, de modo que a apresentação visual tornou-se ainda mais importante.

Outro aspecto realçado por ele foi a dimensão da equipe de arte do jornal que, somando-se aos diagramadores e à equipe de fotografia, totalizam mais de cinquenta profissionais “escolhendo

a melhor foto, ou a melhor ilustração, ou o melhor infográfico, escolhendo a melhor cor, tentando achar a melhor tipografia, desenhando uma, duas vezes uma página” (SOUZA, 2011, informação verbal), peculiaridade que reflete a relevância do design para o jornal.

A diagramadora mencionou o esforço em oferecer ao leitor uma página bem resolvida graficamente para estimular o interesse pela leitura e facilitar a navegação pelos tópicos. Observou, inclusive, que, por melhor que seja um texto, se a apresentação não corresponder a isso, se estiver mal resolvida, provavelmente o leitor não se aterá ao conteúdo. Osório (2012) também demonstrou que tem como referência a noção de vínculo do jornalismo de cultural com a experimentação gráfica e com o forte apelo visual como parte de sua estratégia discursiva. Nesse sentido, o editor reforça a qualidade profissional de uma equipe como um fator que irá influenciar nesse aspecto, *não só do ponto de vista editorial*, como gráfico.

Corroborando essa ideia, Botega (2011) também demonstrou acreditar que existem diferentes perfis de profissionais no próprio departamento de fotografia. Em função disso, observou que para as coberturas do *Segundo Caderno* o profissional mais adequado “[...] vai ser aquele mais poético, vai ter que ser aquele mais sensível. Vai ter que ser aquele cara que tem o olhar um pouquinho diferente, pra eu escalá-lo” (BOTEGA, 2011, informação verbal).

O percurso empreendido possibilitou perceber algumas das particularidades que envolveram o projeto gráfico e auxiliaram a compreender muitas das soluções gráficas encontradas no suplemento. Conforme indicado pelo referencial teórico, são diversas as condicionantes da atividade jornalística, em que a situação institucional e empresarial do órgão noticioso, os prazos de produção e de impressão, os investimentos em recursos, sejam humanos sejam materiais, influenciarão naquilo que é noticiado. Nessa progressão, o ciclo de produção jornalístico funda-se em parâmetros que permeiam o contexto da redação e estabelecem, em parte, as relações entre os jornalistas e suas fontes e as escolhas que derivam dessa conjuntura.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inconstância e a imprevisibilidade do conteúdo editorial jornalístico são convertidas em continuidade mediante o estabelecimento de um repertório gráfico que se repete a cada nova edição. Em vista disso,

essas características visuais cristalizam-se em um projeto gráfico que cumpre a função de expressar a personalidade de uma publicação. Mesmo considerando os parâmetros que esse projeto fornece, a composição diária das páginas ainda deve corresponder formalmente à particularidade do conteúdo das distintas edições. Assim, a escolha das técnicas compositivas deve se adequar à natureza do projeto e às demandas de cada conteúdo, a fim de promover a associação desejável com o público.

Em qualquer composição visual, o ato de tornar visível algo que ainda não existe mostra a complexidade de um processo que envolve o designer em circunstâncias de seleção e rejeição, nas quais o planejamento, a indagação intelectual e o conhecimento técnico são fundamentais. No caso de publicações periódicas, isso acontece em meio a uma cultura que é própria desse campo e que abrange seus valores e práticas. A rotina pressupõe prazos justos tanto para produção das notícias quanto para a criação de *layouts*.

Há de se considerar situações em que o tempo se reduz ainda mais; nessas ocasiões, não só o domínio técnico e a habilidade para manipular os elementos são essenciais, mas agilidade e trabalho em equipe são fundamentais para dar conta das demandas de última hora. Muitas vezes a solução ideal será fazer o melhor possível dentro do tempo hábil.

Ao fazer a mediação entre o sistema cultural e o público, o jornalismo cultural interpreta esse sistema e fornece modelos que influenciam nos modos de agir e pensar dos sujeitos. Sob o enfoque visual, o compromisso que o projeto gráfico assume com a cobertura cultural é elevado, de modo que ele próprio deve se propor a ser uma experiência cultural em ação. Nesse sentido, o movimento de dirigir-nos aos profissionais e ao ambiente de trabalho teve o propósito de trazer para a pesquisa as condições de produção noticiosa que envolviam o objeto de estudo.

Mais do que confrontar teoria e prática, essa ação derivou da constatação de que, no jornalismo, a cultura de trabalho é algo muito forte e que suas condicionantes influenciam em muitos aspectos o resultado final. Sendo assim, acreditamos que um trabalho que se propõe a estudar o design deve cumprir a tarefa de contextualizar sua atuação, pois, muitas vezes, um olhar analítico sobre um produto acabado pode esconder uma série de processos que o configurara.

Diante disso, pudemos observar uma afinidade teórica entre as diferentes áreas mobilizadas para pesquisa, a qual foi percebida nos objetivos e na correspondência entre os critérios e valores do jornalismo e os parâmetros que orientam a prática do design de jornais. Do mesmo modo, houve, em muitos aspectos, proximidade entre o que a teoria

apontava e o que foi identificado por meio das análises.

Não obstante, também foi possível perceber alguns pontos questionáveis, ou ainda dissonantes. Um deles refere-se ao público leitor. Mesmo com o jornal apresentando certa preocupação em conhecer seus leitores, essa ação não parece ter um retorno para os profissionais da editoria, que se sentem desamparados nesse aspecto. Talvez sejam necessárias, nesse caso, iniciativas mais voltadas para orientar táticas administrativas e de marketing do que de exposição dessas estatísticas para a redação.

Observa-se ainda que embora o editor de arte afirme que o leitor de ZH espera por inovação no jornal, em exemplos simples, como a tentativa de retirar as palavras cruzadas do caderno, verifica-se que ainda existe um leitor tradicional, o que indica que alguns hábitos são muito fortes. Nesse caso, fica a questão de se esse leitor estaria realmente aberto a uma maior ousadia visual.

O estudo revelou ainda contradições referentes à cobertura do caderno e aos elementos encontrados em seu projeto gráfico. Assim, em virtude da ligação com a agenda, verificou-se a possibilidade de planejamento antecipado do conteúdo, visto que o aporte teórico indicava que a proposta visual dos diários de cultura contava em seu repertório visual com a presença de ilustrações e infográficos, fato que não se confirmou na amostra. No entanto, ZH disponibiliza uma equipe de profissionais dedicados exclusivamente para desenvolver esses elementos. Nesses casos, o principal requisito para a produção desse material seria solicitá-lo com antecedência ao setor de arte.

Com base nessa perspectiva, outra discordância deu-se no plano da procedência das fotografias encontradas na amostra. Tendo em vista o argumento dos profissionais quanto ao foco da cobertura que privilegia os acontecimentos locais, esse fator não implicaria uma maior produção de fotos por parte de ZH? Isso não quer dizer que as fotos de divulgação não deveriam ser usadas, fato que também seria incompatível com outras características identificadas.

Diante dessa questão, o que se nota é que a produção de fotografias com o crédito do jornal poderia ser mais representativa, inclusive, não se concentrando tanto na coluna social, visto que o ZH dispõe de um grupo de fotógrafos para atender às demandas da redação. No entanto, novamente, o que se verificou foi que é necessário o agendamento prévio de algum profissional. Outro fator que poderia exigir mais fotos assinadas pelos profissionais do jornal seria a produção de reportagens pela editoria. Nas entrevistas, foi possível perceber que

existe abertura por parte do ZH em disponibilizar recursos extras para cobertura de pautas, o quesito para isso também foi planejamento.

Por fim, consideramos importante salientar o esforço da construção de uma metodologia que abarcasse o objetivo proposto, o que em parte reflete a dificuldade que se impõe ao estudo de um objeto gráfico na comunicação. Muito disso pode ser atribuído à complexidade e, em certa medida, à subjetividade que um conjunto visual oferece em termos de análise. Diferentemente de outras perspectivas metodológicas, o campo do design não fornece caminhos nitidamente traçados, métodos de investigação pré-estabelecidos. Por essa razão, os procedimentos de avaliação foram construídos visando à adoção do melhor caminho possível dentro das condições.

Entendemos que o estudo buscou trazer o olhar da comunicação para o design, tendo em vista a aproximação entre os campos, uma vez que se verificou um número reduzido de pesquisas que se dedicam à investigação do fenômeno visual na esfera do jornalismo. Esse movimento ressaltou não só o quanto a práxis do design realmente reflete uma cultura de trabalho específica e valores próprios de um campo mas também a relevância do papel da atividade de design aplicada aos jornais.

NOTAS

- 1 Resulta da dissertação O design editorial da cultura: um estudo do projeto gráfico do Segundo Caderno do jornal Zero Hora, defendida em 2012, junto ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS).
- 2 Referência ao ranking “Maiores Jornais do Brasil”, da Associação Nacional de Jornais, que mede o índice de circulação dos diários no país. Disponível em <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>. Acesso em: 16 dez. 2011.
- 3 Entre os jornais que alteraram sua apresentação pode-se citar: O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, Diário de São Paulo, A Tribuna (de Santos), O Globo, Jornal da Tarde, Extra e Zero Hora. Segundo o IVC, depois da queda da circulação de jornais entre 2008 e 2009, foi registrado um crescimento da média de circulação no ano de 2010 e no primeiro semestre de 2011. Em 2010, a média de crescimento foi de 1,5% em relação a 2009. Já no primeiro semestre de 2011, a alta foi de 4,2% comparando com o mesmo período em 2010.

- 4 Sandra Sanches, diretora executiva de unidade de O Globo, em entrevista para jornal Meio & Mensagem. O Zero Hora projeta conteúdos específicos para atrair os jovens, visto que 53% de seus leitores têm menos de 40 anos. Disponível em <http://www.opovo.com.br/app/opovo/tendencias/2011/03/11/noticiatendenciajornal,2111953/vida-longa-aos-jornais.shtml>. Acesso em 17 de julho de 2011.
- 5 Consta no site da empresa um registro de crescimento da média de circulação de ZH: 176.412 exemplares/dia em 2007, 179.934 em 2008, 183.521 em 2009 e 184.663 em 2010. Entre janeiro e agosto de 2011, a média de circulação de ZH foi de 187.978 exemplares, um crescimento de 1,8% em relação ao mesmo período do ano passado, quando a média era de 184.655 cópias. Acesso em: 17 jul. 2011.
- 6 Disponível em: <http://gruporbs.clicrbs.com.br/blog/2011/09/23/zero-hora-bate-recorde-com-circulacao-de-mais-de-190-mil-exemplares-em-agosto/>. Acesso em: 11 out. 2011.
- 7 Mídia Kit fornecido pela Zero Hora à pesquisadora que traz dados de pesquisas sobre o mercado de jornais no estado do Rio Grande do Sul. Pesquisa encomendada pela ZH ao instituto de pesquisas Ipsos Marplan EGM, Porto Alegre, no ano de 2010.
- 8 Universo da pesquisa foi de 2.778,000 pessoas na região da Grande Porto Alegre, entre janeiro e dezembro de 2010, e indicou que 775 mil leem o jornal Zero Hora.

REFERÊNCIAS

- ARNHEIM, R. **Arte e percepção visual**. São Paulo: Pioneira, 2005.
- BOTEGA, J. **Jefferson Botega**: depoimento [12 de dezembro de 2011]. Entrevistadora: Patricia Lopes Damasceno. Porto Alegre: *Zero Hora*, 2011.
- DEJAVITE, F. O INFOtenimento nas páginas do jornal impresso: análise do O Estado de S. Paulo. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 31., 2008. Natal. **Anais...** Natal, 2008. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1809-1.pdf>. Acesso em 12 de setembro de 2009.
- DONDIS, D. A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FOLETTTO, L. **Lisiane Foletto**: depoimento [5 de dezembro de 2011]. Entrevistadora: Patrícia Lopes Damasceno. Porto Alegre: *Zero Hora*, 2011.

FONSECA, V. S. **Indústria de notícias**: capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

ROST, Chris. **Designing for newspapers and magazines**. New York: Routledge, 2003.

GÄDE, R. **Diseño de periódicos**. Sistema y método. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.

GADINI, S. **Interesses Cruzados**: a produção da cultura no jornalismo brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009.

GARCIA, M. **Contemporary newspaper design**. 2. ed. Englewood Fields: Prentice-Hall, 1987.

GOLIN, C. ; CARDOSO, E.. Jornalismo e representação do sistema de produção cultural: mediação e visibilidade. In: BOLAÑO, C.; GOLIN, C.; BRITTOS, V. **Economia da arte e da cultura**. 1. ed. São Paulo: Itaú Cultural, 2010. p. 184-203.

GOMES FILHO, J. **Gestalt do Objeto**: sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

GRUSZYNSKI, A. C. A forma que (in)forma: o projeto gráfico do jornal impresso na contemporaneidade. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 34., 2011. Recife. **Anais...** Recife: Intercom, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/index.htm>> Acesso em: 10 dez. 2011.

_____. O papel do design gráfico no estabelecimento de contratos de leitura de jornais impressos: um estudo sobre a reforma gráfica de 2010 da Folha de S. Paulo. **Estudos em Comunicação**, Covilhã, Lab Com, v. 1, p. 85-106, 2012. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/12/pdf/EC12-2012Dez-5.pdf>> Acesso em: 20 fev. 2013.

LAREQUI, J. C. **El diseño periodístico en prensa diaria**. Madrid: Casa Editorial, 1994.

LOCKWOOD, R. **News by design**. A survival guide for newspapers. Colorado: Quark Press, 1992.

LUPTON, E.; PHILLIPS, J. **Novos fundamentos do design**. São Paulo:

Cosac Naify, 2008.

OSÓRIO, T. **Ticiano Osório**: depoimento [5 de janeiro de 2012]. Entrevistadora: Patricia Lopes Damasceno. Porto Alegre: *Zero Hora*, 2011.

PERRONE, M. **Marcelo Perrone**: depoimento [12 de dezembro de 2011]. Entrevistadora: Patricia Lopes Damasceno. Porto Alegre: *Zero Hora*, 2011.

PIZA, D. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2009.

SOUZA, L. A. L. **Luiz Adolfo Lino**: depoimento [12 de dezembro de 2011]. Entrevistadora: Patricia Lopes Damasceno. Porto Alegre: *Zero Hora*, 2011.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Portugal: Editorial Presença, 1995.

ZAPPATERRA, Y. **Art direction + editorial design**. USA: Abrahams Studio, 2007.

Patrícia Lopes Damasceno Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora do curso de Design Gráfico da Universidade Federal de Pelotas (UFPeL). E-mail: pldamasceno@gmail.com

Ana Gruszynski Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação em Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). E-mail: anagru@gmail.com

RECEBIDO EM: 15/08/2013 | ACEITO EM: 09/01/2014