

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – JORNALISMO

Entre papéis e pixels:

o design das capas do jornal Zero Hora de 1990 a 2010

Bruna Passos Amaral

Porto Alegre

2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – JORNALISMO

Entre papéis e pixels:

o design das capas do jornal Zero Hora de 1990 a 2010

Bruna Passos Amaral

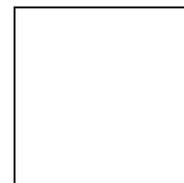
Monografia apresentada à Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul
como requisito parcial para obtenção do
título de Bacharel em Comunicação Social,
habilitação Jornalismo.

Orientador: Prof^a Dr^a Ana Cláudia Gruszynski

Porto Alegre

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha orientadora, pela paciência, dedicação e pelo carinho. Aos meus pais pelo amor e a educação. Ao meu irmão pelos questionamentos e pela parceria na mesa da sala. À Daiana pelo apoio mais que moral. A todos que, de alguma forma, participaram desta longa e conturbada odisséia. E é claro agradeço, sobretudo, ao poste, porque “há malas que vêm de trem”.



RESUMO

Este trabalho investiga as reformulações da apresentação gráfica pelas quais passou o jornal Zero Hora entre os anos de 1990 e 2010, centrando-se em suas capas. Tem como objetivo analisar como a publicação vem reformulando seu design nos últimos vinte anos, a fim de inferir como tais modificações podem estar relacionadas às mudanças tecnológicas, em especial no que diz respeito à disponibilização de edições também na *web*. Parte da pesquisa bibliográfica que permitiu o estabelecimento dos conceitos e categorias que delimitam o objeto de estudo e que orientou a sistematização de uma tabela de recursos gráficos que foi utilizada para uma primeira análise de ordem quantitativa. A partir dos resultados encontrados nessa etapa realizou-se uma análise qualitativa, que priorizou as relações entre os elementos, sua vinculação com princípios de edição jornalística e com a história do próprio veículo. Observou-se que a disposição dos elementos gráficos na capa de Zero Hora foi significativamente alterada em função das inovações tecnológicas. Observou-se a presença de recursos gráficos parece estar associada à grande quantidade de informações disponíveis no espaço gráfico, resultando em *layouts* que dificultam a percepção da hierarquia do que é noticiado, aparentando uma desorganização generalizada. O exagero no uso das imagens gera uma disputa pelo olhar do leitor, que acaba ficando sem saber qual é o elemento visual dominante.

Palavras-chave: Jornalismo Impresso; Zero Hora; Design; Capas; Diagramação

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Jornal inglês The Sunday Times de 20 de outubro de 1822. Fonte: GILES e HODGSON, 1990, p. 4	13
Figura 2: Exemplar do jornal inglês The Perfect Diurnall, de 15 de dezembro de 1645. Fonte: GILES e HODGSON, 1990, p. 39.....	15
Figura 3: Jornais do início do século começaram a explorar o fotojornalismo: o Daily Graphic de 26 de julho de 1909 (esq.) e o The Daily Mirror de 12 de novembro de 1918 (dir.). Fonte: GILES e HODGSON, 1990, p. 52.	17
Figura 4: Jornal do Brasil antes e depois da reforma, exemplar de 01/01/1956 (esq.) e de 10/02/1961 (dir.). Fonte:TRENCH e STORLASKI, 2007.....	18
Figura 5: Capas cartaz do JT em (esq.) e julho de 1982 (dir.). Fonte: FERREIRA JÚNIOR, 2003, p.100 e 98 ...	21
Figura 6: Reprodução de tela do Jornal do Brasil Online em 7 de novembro de 1996.....	24
Fonte: SILVEIRA, 2010, online.	24
Figura 7: NetEstado, versão do jornal O Estado de São Paulo online em 9 de dezembro de 1997. Fonte: MIELNICZUK, 2003, p. 35.....	26
Figura 8: Fatores que interferem na legibilidade dos tipos. Fonte: GRUSZYNSKI, 2008, p. 32.....	49
Figura 9: exemplos de selos usados nas edições de 1º de março de 1990 e 2008 respectivamente.....	67
Figura 10: Capa da amostra exemplificando (em vermelho) elementos levados em consideração para análise quantitativa.....	68
Figura 11: Capas de Zero Hora de 01/05/1964, 01/03/1970 e 01/03/1990.....	71
Figura 12: Capas de ZH de 1º de março de 1990, 1991, 1992, 1993 e 1994 respectivamente.	73
Figura 13: Capas de ZH de 1º de março de 1995, 1996,1997 e 1998 respectivamente.	76
Figura 14: O logo quadrado da edição de 1º de março de 1992, criado por Hans Doner, usado até a reforma de 1994.	77
Figura 15: O logo horizontal da edição de 1º de março de 1996, usado de 1994 em diante.....	77
Figura 16: Capas de ZH de 1º de março de 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 e 2005 respectivamente.	80
Figura 17: reprodução do logo usado em 1999 e 2000.....	81
Figura 18: reprodução do logo usado de 1995 a 1998 e após 2000.....	81
Figura 19: Capas de ZH de 1º de março de 2006, 2007, 2008, 2009 e 2010 respectivamente.	84
Figura 20: Box usado nas capas de 2004 e 2001 respectivamente	91
Figura 21: Capa de 2008.....	92
Figura 22: Capa de Zero Hora de 1º de março de 1997.....	93
Figura 23: Reprodução do box da capa de 1º de março de 2006.....	94
Figura 24: Área do cabeçalho de Zero Hora atualmente	95

LISTA DE TABELA

Tabela 1: Tabela final desenvolvida para a análise quantitativa	65
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Distribuição da área das capas de 1990 a 2010 em %	89
Gráfico 2: Quantidade de matérias chamadas de capa por ano	90

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 A FORMA DO JORNAL	12
2.1 DO LIVRO AO JORNAL CONTEMPORÂNEO	14
2.2 DO PAPEL PARA A TELA	22
3 PROCESSOS EDITORIAIS E VALORES JORNALÍSTICOS	30
3.1 OS VALORES-NOTÍCIA	37
4 OS ELEMENTOS DO PROJETO GRÁFICO	43
4.1 O DIAGRAMA/ <i>GRID</i>	45
4.2 OS ELEMENTOS GRÁFICOS	47
4.2.1 Tipografia	48
4.2.2 Imagens	52
4.2.3 Cor e outros recursos	56
4.3 CRITÉRIOS COMPOSITIVOS	59
5 O JORNAL ZERO HORA	63
5.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	64
5.2 BREVE HISTÓRIA DO JORNAL	69
5.3 ANÁLISE QUALITATIVA	72
5.3.1 De 1990 a 1994: o período pioneiro – emprego dos novos recursos	73
5.3.2 De 1995 a 1998: o período de conformação – valorização da cor e da imagem	76
5.3.3 De 1999 a 2005: período de consolidação – maior uniformidade no projeto gráfico	80
5.3.4 De 2006 a 2010: período de inovação – estratégias diversificadas de atração visual	84
5.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	88
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	97
REFERÊNCIAS	101

APÊNDICE

APÊNDICE A – Tabela de análise da capa de 1990	106
APÊNDICE B – Tabela de análise da capa de 1991	107
APÊNDICE C – Tabela de análise da capa de 1992	108
APÊNDICE D – Tabela de análise da capa de 1993	109
APÊNDICE E – Tabela de análise da capa de 1994	109
APÊNDICE F – Tabela de análise da capa de 1995	110
APÊNDICE G – Tabela de análise da capa de 1996	111
APÊNDICE H – Tabela de análise da capa de 1997	112
APÊNDICE I – Tabela de análise da capa de 1998	113
APÊNDICE J – Tabela de análise da capa de 1999	114
APÊNDICE L – Tabela de análise da capa de 2000	115
APÊNDICE M – Tabela de análise da capa de 2001	116
APÊNDICE N – Tabela de análise da capa de 2002	117
APÊNDICE O – Tabela de análise da capa de 2003	118
APÊNDICE P – Tabela de análise da capa de 2004	119
APÊNDICE Q – Tabela de análise da capa de 2005	120
APÊNDICE R – Tabela de análise da capa de 2006	121
APÊNDICE S – Tabela de análise da capa de 2007	122
APÊNDICE T – Tabela de análise da capa de 2008	123
APÊNDICE U – Tabela de análise da capa de 2009	124
APÊNDICE V – Tabela de análise da capa de 2010	125

ANEXOS

ANEXO A – Capa de Zero Hora de 1º de março de 1990	126
ANEXO B – Capas de Zero Hora de 1º de março de 1992 e 1991	127
ANEXO C – Capas de Zero Hora de 1º de março de 1994 e 1993	128
ANEXO D – Capas de Zero Hora de 1º de março de 1996 e 1995	129
ANEXO E – Capas de Zero Hora de 1º de março de 1998 e 1997	130
ANEXO F – Capas de Zero Hora de 1º de março de 2000 e 1999	131
ANEXO G – Capas de Zero Hora de 1º de março de 2002 e 2003	132
ANEXO H – Capas de Zero Hora de 1º de março de 2004 e 2003	133
ANEXO I – Capas de Zero Hora de 1º de março de 2006 e 2005	134
ANEXO J – Capas de Zero Hora de 1º de março de 2008 e 2007	135
ANEXO K – Capas de Zero Hora de 1º de março de 2010 e 2009	136

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo impresso vem se transformando nos últimos anos, impactado sobretudo pela presença da internet que, com seus inúmeros serviços, oferece diferentes formas de acesso à informação. No âmbito da *web*, versões de jornais online vêm gradualmente se conformando como produtos autônomos, deixando para trás as pioneiras iniciativas de duplicar edições impressas de publicações em PDF¹ e disponibilizá-las online. De previsões que deram uma vida útil ao jornal de papel de apenas mais alguns anos até que ele fosse parar na total obsolescência, a alternativas editoriais e comerciais que esboçam possibilidades de permanência desses veículos no sistema midiático, acompanhamos um território de amplas reformulações.

No Rio Grande do Sul, acompanhamos tais alterações também por meio do jornal Zero Hora, que há 14 anos lançava sua versão na rede. Ao longo desse período, as edições impressa e online foram se modificando. Pelo site, o leitor hoje tem informações em tempo real, atualizadas frequentemente e a sua capa dinâmica agora segue certas orientações do design para a *web* que em 1996 ainda não eram determinadas. Se nos primórdios o impresso era a principal referência para guiar os processos de produção, edição e design do jornal online, parece que, na atualidade, observa-se uma tendência inversa. A capa do veículo de papel não se assemelha à capa da versão online? Há barras de navegação e menus no impresso? Será que a rapidez na atualização de informações na rede que deu ao jornal online dinamismo e uma identidade própria acarretou em alterações no impresso como alternativa para este último se tornar mais atrativo ao leitor redesenhando assim sua identidade? Em uma época em que

¹ Portable Document Format um formato de arquivo, desenvolvido pela Adobe Systems em 1993, para representar documentos de maneira independente do aplicativo.

ainda se discute e anuncia tanto a morte do jornal impresso, adotar algumas técnicas usadas para chamar a atenção dos internautas seria, de fato, uma maneira de manter o elo entre leitor e o papel? A mera aproximação visual entre edições para a internet e para o papel será suficiente para assegurar o lugar do impresso? Afinal, por que comprar o jornal se o mesmo conteúdo é apresentado gratuitamente na rede?

Tais questões instigam o presente trabalho. Cientes que não há condições de avaliar o quadro em que se constituem de maneira ampla optamos por estudar um veículo singular. Assim, nosso objetivo é analisar como o jornal Zero Hora vem reformulando sua apresentação gráfica nos últimos vinte anos, a fim de inferir como tais modificações podem estar relacionadas às mudanças tecnológicas, em especial no que diz respeito à disponibilização de edições também na *web*.

Para tanto, estabelecemos como *corpus* as capas do dia primeiro de março dos anos de 1990 a 2010, priorizando uma visão da estrutura geral do projeto gráfico ao longo de um espaço temporal de vinte anos. Tendo como base a pesquisa bibliográfica que permitiu o estabelecimento dos conceitos e categorias que delimitam nosso objeto de estudo, desenvolvemos um quadro de elementos que guiou a avaliação das capas que compõem o corpus. Cruzando os dados empíricos, as questões propostas e as categorias sistematizadas buscamos, então, realizar algumas inferências a partir do que encontramos.

Ao procurarmos por referências para realização do estudo, observamos que a diagramação no jornalismo ainda é uma área pouco explorada academicamente. Por outro lado, é elemento fundamental do jornalismo. O design de impressos estabelece composições em que alguns elementos chamam mais atenção que outros de modo a direcionar a atenção do leitor, hierarquizando as informações na página. As constantes mudanças gráficas pelas quais grandes jornais brasileiros vêm passando nos últimos dez anos podem ser um indício de que um novo modelo de apresentação visual ainda está sendo adaptado e readaptado em um período de significativas alterações vinculadas às tecnologias de comunicação digitais. Veículos importantes do Brasil, como a Folha de São Paulo, mudaram seus projetos gráficos levando em conta “as mudanças nos hábitos de leitura, sobretudo após a expansão da internet. Para que o leitor, cada vez mais seletivo, tenha reportagens relevantes, editadas de maneira criativa”². Pesquisas como a *EyeTrack07 – Eyetracking the news: A study of print and online reading* do Poynter Institute, realizada no ano de 2007, por sua vez, apontam algumas

² Matéria da Folha de São Paulo sobre o lançamento de seu novo projeto gráfico. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/foalha/especial/2006/novoprojetografico/0001.shtml>

diferenças e semelhanças entre a leitura de notícias em jornais impressos e versões online. Tais referências reiteram a importância deste tema de pesquisa.

Para estruturar nosso estudo optamos pela composição de quatro capítulos que registram o percurso de trabalho. O capítulo dois, que segue esta introdução, apresenta a constituição da forma do jornal ao longo da história, dos livros aos periódicos online, traçando um panorama da história visual do jornal ao longo dos séculos. Apresentamos a evolução gráfica dos periódicos dividida em quatro fases distintas: a primeira quando ocorre uma maior profissionalização da atividade jornalística; já, na segunda fase, temos o boom do uso da fotografia na imprensa que acabou por chamar a atenção dos editores para a importância da organização dos elementos na página. No terceiro período, com o surgimento da impressão offset, há a valorização do design de jornal; na quarta fase, verificamos um momento de tensão entre o conteúdo e a forma. O surgimento das tecnologias digitais de produção, diagramação e edição agiliza os processos e transforma a apresentação em parte significativa do jornal. Encerrando o capítulo, debatemos a transição do jornalismo impresso para o meio online e sua consolidação como um veículo próprio, que não apenas remete ao suporte de papel.

No capítulo três, situamos como se deu a organização do jornalismo como profissão. A transformação dos jornais em empresas lucrativas que tirou dos impressos diários o caráter mais opinativo e panfletário e estabeleceu a objetividade e a imparcialidade como regras. Mostramos também os impactos de mudanças ocorridas nas salas de redação, que ficaram sem paredes e trouxeram para perto dos jornalistas os profissionais envolvidos com a montagem das páginas. Além disso, debatemos os avanços do estabelecimento de valores-notícia que ajudaram a agilizar o processo de escolha do material informativo de acordo com a linha editorial de cada periódico. Esses valores ajudaram a dar mais hierarquia à página, pois sabendo quais eram as notícias mais importantes do dia ficou facilitado o trabalho de distribuí-las de maneira correta.

No capítulo quatro, mostramos quais são os elementos gráficos fundamentais para a diagramação do jornal. Esmiuçamos elementos como o diagrama e suas funções, bem como, critérios de escolha no uso de fontes.

No capítulo cinco, após uma apresentação dos procedimentos metodológicos que foram usados na avaliação do corpus, nos detemos na apresentação do jornal Zero Hora. O levantamento de dados históricos guiou-nos para a separação da amostra em períodos distintos para a análise qualitativa do material. Assim, efetivamos o estudo de cada uma das capas dos jornais. E, por fim, temos as considerações finais.

2 A FORMA DO JORNAL

O jornal impresso que conhecemos hoje é fruto de diversas mudanças e adaptações ocorridas, especialmente, ao longo do último século. Somente a partir de uma maior profissionalização da indústria gráfica, ele conseguiu alcançar a uniformidade da forma e do conteúdo e a periodicidade constante que acabou por caracterizá-lo no produto que conhecemos. As novas tecnologias desenvolvidas ao longo do século XIX foram fundamentais para estas alterações.

A consciência de que a adaptação da forma do jornal para uma melhor veiculação da informação era necessária, passa, desde o início, pelos interesses econômicos e comerciais bem como pelo desenvolvimento de tecnologias que possibilitaram a maior e mais rápida difusão da palavra impressa. Sem a transformação do jornal em um produto midiático de rentabilidade, talvez estivéssemos ainda lendo periódicos com capas cheias com texto comprimido entre muitas colunas. Segundo Giles e Hodgson (1990, p. 38), todos conceitos do layout de página de jornal "foram redefinidos durante mais de 200 anos de evolução no uso da tipografia e em resposta às necessidades dos leitores."³ É importante salientar, contudo, que apesar da crescente competitividade entre os veículos ao longo dos séculos, uma verdadeira preocupação com a visualidade do jornal impresso mostrou-se forte, somente a partir dos anos 1960. No entanto, mudanças gradativas foram ocorrendo para facilitar a vida do leitor até chegarmos no patamar em que nos encontramos hoje. Segundo Sousa (2005), foi com a utilização frequente de recursos de gráficos, diagramas e outras formas de hierarquizar, que se

³ Do original: have been refined through more than 200 years of evolution in the use of typography and response to readership needs. Todas as traduções deste trabalho foram realizadas pela autora.

alertou para o fato de que os leitores receberiam melhor o jornal se ele fosse paginado de maneira mais organizada e simples de acessar.

No caminho até a visualidade contemporânea, podemos assinalar alguns momentos fundamentais em termos de reformulações gráficas. No século XIX, por exemplo, os jornais tinham apenas quatro páginas. Assim, a capa precisava conter todo conteúdo que coubesse nela. Este estilo, chamado de vitoriano, trazia imensos blocos de texto e quase nenhuma diferenciação entre títulos e texto (Figura 1).



Figura 1: Jornal inglês The Sunday Times de 20 de outubro de 1822. Fonte: GILES e HODGSON, 1990, p. 45

O jornal, especialmente no que diz respeito a sua forma, era também um reflexo das tecnologias disponíveis no momento, que limitavam bastante seu aspecto gráfico. Além disso, ainda não havia um mercado editorial estabelecido e organizado.

As páginas cheias de pequenos anúncios de classificados nesses jornais vitorianos dão uma ideia do conservadorismo da sua apresentação visual. A necessidade de mostrar os conteúdos, seja editoriais ou publicitários, do jornal de uma maneira mais agradável visualmente, não apareceu até se ter um verdadeiro mercado de massa a ser explorado em termos de poder de compra e expectativas. (GILES e HODGSON, 1990, p. 46)⁴

Este cenário foi se alterando à medida que em decorrência da industrialização conseguiu-se aumentar o poder de compra da população, que conseqüentemente passou a adquirir um maior número de periódicos. O jornal começou ser organizado de uma outra maneira, reservando também espaços para publicidade e usando elementos que chamassem a atenção do público. John B. Thompson (1998, p. 73) sistematizou as mudanças que contribuíram para

⁴ Do original: The densely packed pages of small classified advertisements in these victorian papers carries the clue to the conservativeness of their presentation. Until there was a truly mass market to be exploited in terms of spending power and expectations, the need to display a newspaper's contents visually, either editorial or advertising, did not arise.

o desenvolvimento industrial das mídias, em três tendências: "A transformação das instituições da mídia em interesses comerciais de grande escala. A globalização da comunicação e o desenvolvimento das formas de comunicação eletronicamente mediadas." Até chegar no modelo atual, várias mudanças aconteceram nas redações e, principalmente, surgiram novas tecnologias e formas de qualificar os processos editoriais. Thompson destaca os três principais desenvolvimentos do fim do século XIX e do início do século XX que auxiliaram as redes de comunicação a alcançarem uma escala global:

O desenvolvimento dos sistemas de cabos submarinos pelas potências imperiais européias. O estabelecimento de novas agências internacionais e a divisão do mundo em esferas de operação exclusiva. E a formação de organizações internacionais interessadas em distribuir o espectro eletromagnético. (THOMPSON, 1998, p. 137)

Esses novos recursos criaram possibilidade para que as tecnologias seguintes agilizassem os processos de produção nas redações que, mais tarde, evidenciaram que a forma do jornal não é apenas mero acessório do texto, sim parte da fundamental de seu discurso.

2.1 DO LIVRO AO JORNAL CONTEMPORÂNEO

A visualidade do jornal impresso está intimamente ligada às mudanças ocorridas na sociedade em que ele se insere. No século XIX, os jornais eram porta-vozes de certas ideologias e deixavam isso claramente exposto para seus leitores. Segundo Barbosa (2007, p. 24), as tecnologias auxiliaram na construção e na consolidação da ideia de jornalismo como lugar da informação neutra e atual e, assim, fizeram com que a opinião fosse gradativamente omitida. Além disso, a partir do uso da publicidade como nova forma de financiamento da imprensa, o jornal aproximava-se cada vez mais do modelo que a sociedade exige atualmente: isenção e imparcialidade. Não se pode precisar exatamente quando essas mudanças aconteceram, contudo, pode-se identificar períodos com características gráficas comuns em certos espaços de tempo regidos por uma lógica e influenciados por certos acontecimentos.

Para Sousa (2005), os jornais começaram visualmente similares aos livros, com longos textos ocupando toda a largura da página. Apenas eventualmente eram usadas duas colunas (Figura 2). O padrão de redação predominantemente livresco, com textos mais literários e o uso do nariz de cera⁵. A programação gráfica jornalística do início do século XIX continha apenas uma família tipográfica, que não variava nem para diferenciar título e texto. Afinal, segundo Barnhurst (1994, p. 164), o jornal nasceu da estratégia de apenas empregar o investimento que já existia na indústria para a fabricação de livros de modo a reproduzir

⁵ Aberturas muitas vezes prolixas e dispensáveis muito comuns no início do jornalismo.

notícias de ocorrências públicas da maneira mais barata possível. A aparência gráfica do produto gerado era o menos importante naquele momento. Era o início do jornalismo, mas os valores jornalísticos, hoje conhecidos e exigidos de todo o grande veículo eram ainda incipientes.



Figura 2: Exemplar do jornal inglês The Perfect Diurnall, de 15 de dezembro de 1645.
Fonte: GILES e HODGSON, 1990, p. 39

Ainda segundo Sousa (2005), a primeira revolução gráfica dos jornais veio consolidando sua identidade através das novas possibilidades trazidas pela industrialização e por uma maior profissionalização da atividade jornalística. Os donos de jornal passaram a ver a atividade como lucrativa, o que demandou mais isenção de quem escrevia. Afinal, para dar lucro era necessário atingir diversos públicos e não somente um certo segmento, como no passado. Assim, o aumento da procura fez com que seu caráter comercial crescesse fortemente. Introduziram-se anúncios publicitários nas páginas dos impressos, o que influenciou no grafismo dos jornais, pois

[...] a simples inclusão de anúncios obrigava à modificação dos conteúdos gráficos. Por outro lado, os anúncios eram modulares, e, portanto, mais funcionais, o que terá alertado os paginadores para as possibilidades abertas por uma paginação modular. (SOUSA, 2005, p. 246)

Neste período, surgiu a linotipia⁶, que deu ao modo de composição mais liberdade na hora de paginar e maior rapidez na hora de imprimir. A partir desta nova técnica, pode surgir a

⁶ Técnica quase extinta depois da criação do offset. Composição tipográfica em linotipo, que é uma máquina inventada por Ottmar Mergenthaler em 1890, na Alemanha, que funde em bloco cada linha de caracteres tipográficos, composta de um teclado, como o da máquina de escrever.

paginação horizontal, que deixou os diagramadores colocarem os elementos principais no espaço superior da página. Começava, então, uma maior hierarquização dos conteúdos na lauda. Canga Larequi (1994, p. 19) resume o padrão do jornal neste período: a impressão era quase artesanal, havia poucos recursos gráficos (restritos a linhas e floreios gráficos) e a tipografia (fontes) era restrita a uma família de letras, todas da mesma altura.

A próxima alteração significativa, na concepção de Sousa (2005), veio com o aumento da presença da fotografia nos impressos no início dos anos 1920. A técnica foi inventada antes deste período, no entanto, foi necessário desenvolver o modo de reproduzir essas imagens por meio impresso. Além disso, o pensamento dos editores teve de se modificar para que a foto integrasse de vez o conteúdo dos jornais. Isso só foi possível com a mudança de atitude e ideias que envolviam a imprensa. Para Williams⁷ (apud Barnhurst, 1994), a mudança veio em decorrência da maior circulação dos periódicos, das novas maneiras de se fazer propaganda no jornal e da concentração da posse dos meios industriais.

A cultura de massa pós Primeira Guerra Mundial primava por conveniência e eficiência. Segundo Barnhurst (1994, p. 42), a imagem fotográfica passou, então, a ser valorizada como portadora de detalhes e emoção. A partir deste ponto histórico, ela adquire um outro status no jornal diário e com o aprimoramento do equipamento fotográfico, que vai ficando cada vez mais portátil e menos chamativo – sem a incômoda fumaça dos antigos flashes, por exemplo. A figura do fotógrafo nas redações se torna cada vez mais presente. Com uma tomada de consciência dos profissionais, que entenderam o valor das fotos de imprevistos em detrimento das imagens de eventos posados, as fotografias passam a ser elemento fundamental para conferir verossimilhança aos fatos noticiosos. Por isso, "as fotografias passaram a estar integradas com o texto e a ser tratadas com a mesma importância. Assim como as palavras, as fotos podiam fornecer uma parte importante da informação e podiam estar junto para formar histórias." (BARNHURST, 1994, p. 43). A foto ganha, então, lugar de destaque na reportagem e agora é vista como um complemento, não mais como um mero e dispensável acessório. (Figura 3)

⁷ WILLIAMS, Raymond. **The long revolution**. New York: Columbia UP, 1961.

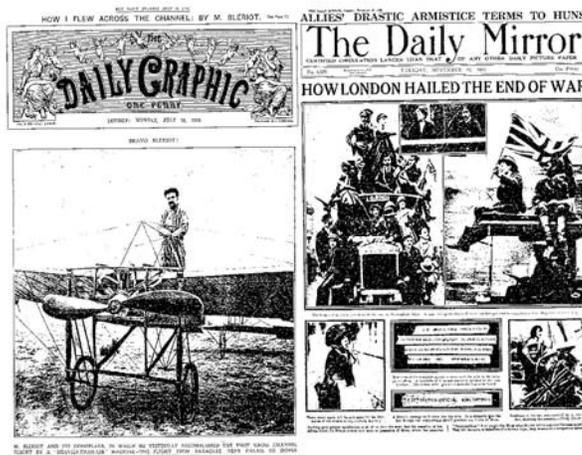


Figura 3: Jornais do início do século começaram a explorar o fotojornalismo: o Daily Graphic de 26 de julho de 1909 (esq.) e o The Daily Mirror de 12 de novembro de 1918 (dir.). Fonte: GILES e HODGSON, 1990, p. 52.

Desta maneira, aumenta a quantidade de elementos diferentes presentes nas páginas dos impressos. Com mais conteúdos para dispor no layout, além do texto, foi necessária uma maior atenção para a organização destes recursos. As fotos passaram a funcionar como âncoras, ajudando a compor melhor a informação. Além disso, a publicação de imagens mais abertas, diminuiu consideravelmente o número de conteúdos na capa dos jornais, o que também ajudou para a sua maior sistematização. As primeiras páginas, a partir deste momento, ficaram um pouco mais parecidas graficamente com o que estamos acostumados hoje em dia, mais organizadas e leves.

No Brasil, podemos verificar que um movimento similar aconteceu. Em meados dos anos 1950, os jornais brasileiros eram pesados, cheios de fios, anúncios e com uma média de oito colunas por página. O Jornal do Brasil (JB), por exemplo, quase não se diferenciava de todos os outros do país (Figura 4). No entanto, em 1957, Amílcar de Castro é contratado pelo JB para mudar radicalmente o seu layout. O mais curioso é que ele não era nem jornalista e nem diagramador, mas sim artista plástico.

Amílcar de Castro trouxe as influências do pensamento construtivista e do neoplasticismo do artista holandês Piet Mondrian para as páginas do jornal. Amílcar coordenou uma reforma gráfica no JB, que era pesado e conservador, transformou-o em um periódico leve, até então não encontrado no País: "a diagramação adota o estilo mondriano, mas usando também espaços brancos, os títulos em duas ou três linhas, e a famosa foto bem aberta na metade superior em todas as primeiras páginas." (NETO, 2007, p. 71). A nova programação simplificou as informações visuais para o leitor e ao mesmo tempo racionalizou os espaços.



Figura 4: Jornal do Brasil antes e depois da reforma, exemplar de 01/01/1956 (esq.) e de 10/02/1961 (dir).
Fonte: TRENCH e STORLASKI, 2007.

Segundo Lessa (1995), uma das principais dificuldades de Amílcar na reforma do JB era definir o que fazer com a grande quantidade de anúncios que o jornal publicava todos os dias em sua capa. Tal fato fazia com que o Jornal do Brasil fosse conhecido como o "o jornal da cozinheiras", pois boa parte de todo o conteúdo de sua primeira página eram classificados (Figura 4). O chefe de redação da época, Jânio Freitas, queria uma mudança radical na capa do jornal, o resto da chefia, no entanto, era resistente à ideia. Como os anúncios, de certa forma, mantinham economicamente e caracterizavam o jornal, eles não poderiam ser abolidos bruscamente. A solução encontrada pelo artista plástico foi propor

[...] a manutenção de um "L" de classificados que fosse pouco a pouco desaparecendo através da eliminação progressiva dos classificados restantes. Assim, no dia 2 de junho de 1959, a primeira página do JB sai com manchetes, fotos e texto, caracterizada pela colocação deste "L", em um layout assimétrico forte e marcante. Como o "L" acabou não sendo retirado, esta ficou sendo a cara do novo Jornal do Brasil" (LESSA, 1995, p.28)

No meio de toda essa efervescência criativa, a tecnologia se aprimorava para ajudar a melhorar a sistemática de produção de publicações em todo o mundo. Neste mesmo período, começa a introdução do teletipo e do telex. Buscava-se um aprimoramento do texto do repórter através da criação do posto de *copy desk*⁸. Máquinas 35mm começaram a ser usadas pelos fotógrafos. Também, nesta época, difunde-se a cultura do jornalismo norte-americano da

⁸ Profissional que era responsável pela correção de textos nos jornais. Sua tarefa era detectar e corrigir falhas e erros gramaticais e lexicais nos textos, bem como adaptá-los às normas do livro de estilo em vigor na redação do órgão do jornal.

pirâmide invertida.⁹ Todas essas novas formas e técnicas ajudaram a impulsionar ainda mais as mudanças, não só no Jornal do Brasil, mas em outras publicações no País.

As inovações do artista plástico no JB, contudo, foram tão marcantes que ganharam "uma expressão histórica, redimensionando alguns conceitos arraigados não somente no Brasil" (JUNIOR, 2003, p. 67). Especialmente, considerando-se que então os avanços tecnológicos na área dos recursos gráficos ainda não eram tão expressivos como hoje. O que agora pode parecer prosaico, como o simples fato de um maior uso de espaços brancos na página e a ausência de fios cercando os conteúdos "trouxe para a imprensa brasileira o jogo de espaços e volumes, confronto do horizontal com o vertical, da simetria com a assimetria" (DINES, 1977, p. 102). Abriu-se um leque de novas possibilidades para a paginação dos jornais brasileiros.

Neste mesmo período, a impressão *offset*¹⁰, em meados dos anos 1960 até os anos 1980, gerou o que Sousa (2005) chamou de terceira fase, quando a tecnologia deu mais liberdade e agilidade para que experimentações no campo da forma começassem a ser feitas. Segundo Canga Larequi (1994, p. 21) é neste período que nasce o design de imprensa como conhecemos hoje. A nova forma de produzir o jornal despertou os editores uma gama de possibilidade de elementos de página: fotos de qualidade superior, gravuras, infográficos, e cores que, a partir de então, puderam compor o layout.

O *offset* propiciou ainda mais agilidade ao jornalismo. Nesta fase, há um aumento na quantidade de informações, uma melhoria na reprodução de imagens e consequente aumento na demanda de fotografias e infográficos. Os textos passam a ser menores e mais objetivos e dividem cada vez mais o espaço com as imagens e demais elementos gráficos. (FREIRE, 2009, p. 301)

Logo, o jornal passa a demandar um layout que o identifique e que traga mais clareza e legibilidade para o público. Todos os novos elementos podem ser usados e precisam de uma boa disposição que marque hierarquicamente o que é mais importante em cada página. Ademais, nos anos 1970, implantou-se também a divisão dos jornais em seções, isso marcava uma adaptação dos periódicos a um leque de leitores mais variados e com interesses específicos. Segundo Garcia (1987, p. 5) essa foi umas das "mudanças mais revolucionárias editorial e graficamente que aconteceu durante os anos 70."¹¹ Nota-se que, com as facilidades

⁹ Metáfora utilizada para demonstrar como a informação deve ser arranjada no texto jornalístico. A técnica diz que a informações devem dispor-se de maneira decrescente de importância. Assim, os fatos mais interessantes são utilizados para abrir o texto jornalístico, enquanto as de menor relevância aparecem na sequência.

¹⁰ Um dos processos de impressão mais utilizados no mundo até hoje. O sistema é ideal para grandes tiragens pois o papel corre pela máquina sem precisar de muita intervenção humana.

¹¹Do original: most revolutionary changes, both editorially and graphically to take place during the '70s

que a paginação eletrônica trouxe, ficou mais fácil para que cada jornal se modernizasse e apostasse na criação de uma identidade visual própria.

Outro fato marcante nesta década, no Brasil, é a total consolidação da televisão como meio de comunicação hegemônico. A TV criou novos hábitos sócio-culturais e acabou por trazer para sociedade brasileira uma experiência comunicacional cada vez mais mediada por imagens. Assim, "símbolos e elementos de referência estética na linguagem do vídeo e da televisão passam a ser incorporados na gramática e nas soluções gráficas mais tradicionais" (PIVETTI, 2005 p. 6). Além disso, os telejornais passaram a ser um empecilho real ao jornal de papel. Eles antecipavam o que seria lido no dia seguinte com a vantagem de as imagens estarem em movimento. A forma ágil e concisa do texto televisivo levou o impresso a ter de se modificar. Os editores passaram a repensar e temer o futuro do meio.

A quarta e última fase sistematizada por Sousa (2005) traz à tona uma tensão entre o conteúdo e a forma em decorrência do surgimento das tecnologias digitais de produção, diagramação e edição. O autor afirma que ela "equilibrou a importância da forma com a importância do conteúdo. Em certos jornais, como o USA Today, a forma (design) terá mesmo mais importância que o conteúdo" (2005, p. 255). O jornal norte-americano, fundado em 1982, foi um divisor de águas na programação gráfica dos impressos. O USA Today foi o primeiro a disponibilizar seu conteúdo de uma maneira fácil de localizar e de acompanhar.

Além disso, ele implementou uma visualidade mais próxima das revistas nos impressos diários, com uso de cores e outros elementos que antes não eram típicos dos jornais. O uso desses recursos também era reflexo da visível tentativa de concorrer com a televisão. Neste ponto, divergem as opiniões de especialistas, pois o jornal passou a dar mais valor para a forma, o que para autores como Neto (2007, p.73) criou os "[...] textos insípidos de no máximo 20 linhas. Menos paixão e menos profundidade e o resultado foi a crescente burocratização da atividade jornalística". No entanto, é irrefutável que o periódico norte-americano fez com que toda uma geração de editores, diagramadores e jornalistas repensasse o que, até aquele momento, estava sendo feito. Assim, o USA Today conseguiu o feito de educar visualmente toda uma geração: "ele criou uma consciência gráfica que fez com que até o editor mais desorientado visualmente enxergasse o potencial da cor, dos gráficos informativos e de uma edição minuciosa e sucinta no trabalho."¹² (GARCIA, 1987, p.6).

Nestes mesmos parâmetros, o Jornal da Tarde (JT) foi um dos periódicos brasileiros que melhor refletiu as possibilidades que os avanços gráficos da época trouxeram. Criado em

¹² Do original: it created a graphic awareness that made even the most visually disoriented editor or publisher see the potential of color, informational graphics and well-scrutinized, succinct editing at work.

1966, o JT criou o que ele próprio depois chamou de 'capas históricas'. Por ser vespertino, o jornal ousava mais na primeira página que, muitas vezes, aproximava-se bastante de cartazes publicitários e subvertia alguns dos princípios básicos do jornalismo, como a manchete, para chamar atenção e causar estranhamento no leitor. O jornal buscava um "aprimoramento de uma proposta editorial não somente dentro do plano textual, mas também na programação visual das páginas" (FERREIRA JUNIOR, 2003, p. 90) e, para isso, abusou das capas-cartaz com apenas uma manchete e uma foto aberta. As imagens e títulos eram de grande importância no Jornal da Tarde, que até o fim dos anos 1980 apresentou capas que marcaram a história do design de jornalístico no país (Figura 5).



Figura 5: Capas cartaz do JT em (esq.) e julho de 1982 (dir.). Fonte: FERREIRA JÚNIOR, 2003, p.100 e 98

A evolução da tecnologia acelerou os processos de produção no jornalismo e junto ajudou a melhorar o design dos jornais. É inegável que "ambos, design gráfico e jornalismo, têm seus fatos históricos diretamente relacionados àqueles dos avanços tecnológicos. o que significa também que os dois são diretamente afetados pela influência das linguagens das novas tecnologias" (PIVETTI, 2005, p. 13). Por outro lado, a escassez do tempo do leitor passou a ser uma realidade, o que fez com que os jornais fragmentassem a informação.

Em função desta nova demanda, surgiu também a necessidade de distribuir a informação de maneira que o leitor possa encontrar o que procura sem muito esforço entre as diversas seções de cada página. Neste momento, torna-se claro o fato de que "[...] o discurso do jornal não está solto no espaço; está envolvido no que chamaria de "dispositivo" que, por sua vez, não é uma simples entidade técnica, estranha ao sentido" (MOUILLAUD, 1997, p. 29). A forma ajuda a construir o sentido e identificar quais os valores-notícias mais

importantes para aquele veículo. Além disso, com os conteúdos mais espalhados pela página, torna-se mais necessária unidade visual dos assuntos para que o leitor se ache mais facilmente.

Atualmente, os grandes jornais repaginam-se graficamente com uma periodicidade muito maior que em tempos anteriores. As novas técnicas digitais trouxeram a possibilidade de mudar muito mais rapidamente e, além disso, fizeram com que se assimilassem conceitos de outras mídias para o papel. Os diagramadores têm o desafio de entender e repensar, constantemente, a percepção e a leitura nos dias de hoje.

2.2 DO PAPEL PARA A TELA

Os anos 1990 trouxeram consigo a popularização da informática. As máquinas gigantes e com telas esverdeadas sofreram um grande aprimoramento nessa década, que possibilitou que pessoas comuns pudessem ter seus computadores pessoais em casa. Além disso, neste mesmo período, a internet passou a ser um meio mais familiar. Afinal, agora os computadores eram também ferramenta usada no lazer. Com esse crescente número de pessoas interessadas nos novos meios, as empresas jornalísticas se deparavam com um campo promissor ainda inexplorado. A expansão da internet grátis, no Brasil, deu-se somente a partir do ano 2000. Segundo Mielniczuk (2003), quando diversos provedores lançaram discadores sem custo. Deste momento em diante, qualquer cidadão com um computador e uma linha telefônica poderia acessar a rede mundial de computadores no país.

O primeiro jornal do mundo a disponibilizar algum tipo de conteúdo na internet foi o New York Times. Em meados dos anos 1970, o periódico disponibilizou seu New York Times Information Bank: artigos e resumos de fatos publicados no impresso estavam online à disposição dos assinantes do jornal. No Brasil, o primeiro a cobrir o espaço virtual foi o Jornal do Brasil, em 28 de maio de 1995. Logo em seguida todos os grandes periódicos do país registraram suas páginas na web: Folha de São Paulo, Estado de São Paulo, O Globo, Zero Hora, O Estado de Minas, etc (MOHERDAUI, 2007). Outros grandes portais e provedores também lançaram seus portais de notícia online neste mesmo período, mas para este trabalho interessam apenas os aspectos gráficos das iniciativas dos jornais impressos na web.

Estas primeiras tentativas de estabelecer o que hoje conhecemos como jornalismo online são muito diferentes do que estamos acostumados a ver na web agora. Muitas destas versões online dos jornais eram sequer atualizadas diariamente. Mas as possibilidades estavam abertas para, principalmente, mudar o circuito produtivo no jornalismo, cujo deadline

estava se expandindo. As expectativas quanto às mudanças que este novo meio traria eram, então, as mais altas possíveis:

as tecnologias digitais, portanto, podem não só acelerar esse circuito, mas também modificar a rotina produtiva de um jornal, transformam o produto, que perde sua característica analógica, estabelece novos contratos de leitura, mudando o estatuto do leitor através da interatividade (CAPPARELLI, 2002, p.17)

As iniciativas pioneiras dos jornais impressos no formato online se deram primeiramente buscando a sua propagação. As características do jornalismo da web, como multimídia, personalização, hipertextualidade, atualização contínua, instantaneidade e memória (PALÁCIOS, 2003) só se desenvolveram no decorrer do que Pavlik (2001) chama de as três gerações do webjornalismo. No início, os jornais viam a internet como uma boa maneira de incrementar os ganhos de receita publicitária. Temendo perder esta fatia de mercado, eles se lançaram na rede com "primeiras edições que apenas reproduziam o papel. Sem muitos gastos, pois utilizando a mesma mão de obra, os mesmos textos e imagens e a mesma diagramação. Esses jornais procuravam melhorar sua imagem diante do público leitor" (CAPPARELLI, 2002, p. 31) (Figura 6). As incertezas quanto ao novo meio eram muitas, então o mais fácil era registrar o domínio e ir disponibilizando o material já publicado pelo impresso para não ficar de fora da rede e tampouco correr muitos riscos.

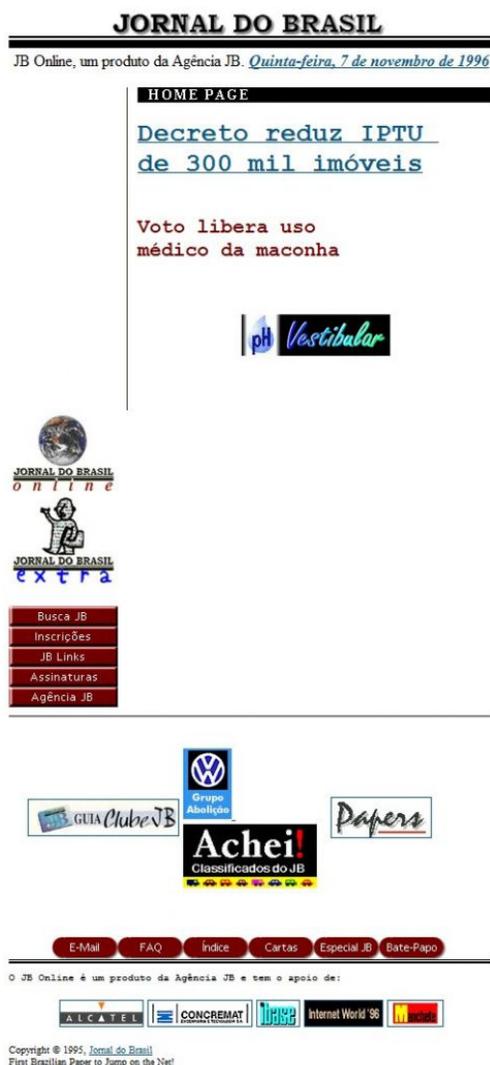


Figura 6: Reprodução de tela do Jornal do Brasil Online em 7 de novembro de 1996.
Fonte: SILVEIRA, 2010, online.

Com meras reproduções do conteúdo impresso, o jornalismo online nesta fase pouco ou nada se preocupava com como as informações estariam apresentadas na rede. O mais importante, naquele momento, era que o leitor ligasse a página da internet ao impresso. Por isso, deixou-se de lado o design para privilegiar apenas a iniciativa de estar online, como acontecia no início do jornalismo. Segundo Mielniczuk (2003), não havia nenhuma evidência de preocupação em estabelecer uma possível forma inovadora de apresentação das narrativas. Tudo ainda era muito restrito a mera disponibilização de informações na web, sem explorar o espaço, enquanto meio com características específicas. Mais para o fim deste primeiro período de adaptação é que o aprimoramento das ferramentas de internet e o amadurecimento

da ideia de um webjornalismo trouxe a centelha de um início de consciência gráfica também para os periódicos online:

Projetos de websites e de CD-ROMS nada mais são do que projetos editoriais em outra mídia. Os princípios e procedimentos são análogos: o problema básico continua sendo ordenar uma grande quantidade de informação de uma maneira lógica e coerente, que obedeça a princípios de natureza editorial e visual que possa ser facilmente acessada pelo leitor. (O VALOR..., 2003, p.30)

A partir da segunda geração, os conteúdos passam a ser criados originalmente para a rede. Aqui começa-se a entender o conceito de Chartier (2005) de que o leitor espera coisas diferentes de conteúdos que estão em suportes diferentes, que a organização do mundo da escrita se encadeia a partir da ligação entre o objeto e o discurso. Nesta fase, apesar da forte ligação com o impresso tanto no conteúdo quanto na forma ainda persistir, as páginas online dos periódicos começam a possuir hyperlinks¹³ e uma apresentação visual mais customizada. Começa-se a aproveitar melhor as possibilidades que a rede dispõe. (Figura 7) Surgem as listas de "últimas notícias", as barras para guiar o internauta pelo conteúdo sistematizado em links, além disso, os e-mail dos jornalistas começam a ser divulgados, criando uma ligação mais direta entre quem faz e quem lê o jornal.

¹³ Referência num documento em hipertexto a outras partes deste documento ou a outro documento. De certa maneira, pode-se vê-la como análoga a uma citação na literatura.



Figura 7: NetEstado, versão do jornal O Estado de São Paulo online em 9 de dezembro de 1997. Fonte: MIELNICZUK, 2003, p. 35.

A terceira geração marca a exploração dos conteúdos e facilidades da web de forma propriamente jornalística. Os sites de notícia superam a ideia de uma mera reprodução do conteúdo do jornal impresso e passam a não só ter material próprio, produzido exclusivamente (ou pelo menos primeiramente) para este meio, como também passam a ser

atualizados mais vezes durante o dia o que lhes dá um maior caráter de instantaneidade. Segundo Mielniczuk (2003), o primeiro exemplo desta situação foi a fusão entre a Microsoft e a NBC. A empresa de informática e a empresa jornalística de televisão se uniram em 1996 e criaram o *site* www.msnbc.com, que não vinha da tradição e da experiência das empresas proprietárias no jornalismo impresso. Isso, de certa forma, trouxe novas perspectivas para o que vinha sendo feito até então.

Aqui começa uma maior distinção entre o que é conteúdo do impresso e o que é conteúdo online. Os sites começam a criar menus que indicam o que seria oriundo do suporte em papel e o que é conteúdo gerado por e para a web. Segundo Meyer (2007), isso acontece porque a partir do momento em que a rede passa a ser vista como concorrente, os veículos se transformam: assim, em vez de visualizar o novo meio como ameaça, o tradicional e o novo integram-se. Desta maneira, tentam manter a sua popularidade, marcando presença e fortalecendo a sua tradição, mas buscando a criação de uma identidade própria. Assim, "mobilizando esforços de uma e outra versão no sentido de fortalecer a ambos: o online remete ao papel, que por sua vez faz nova remissão ao meio online" (LIMA, 2008, p. 29). Além disso, a interatividade com o leitor ganha força: fóruns de discussão, chats com especialistas e outras pessoas públicas, possibilidade de envio de comentários, fotos, vídeos e pequenas matérias.

Estudos mais recentes apontam ainda para uma quarta geração, possibilitada especialmente pela ampliação da oferta de banda larga. Os leitores agora acessam o material com muito mais facilidade e os conteúdos são disponibilizados de forma muito mais intuitiva, não sendo necessário o menor conhecimento de HTML¹⁴ para se navegar bem em uma página. Barbosa explica essa fase como um momento de

[...] proliferação de plataformas móveis; equipes mais especializadas; uso expandido de bases de dados; algoritmos; linguagens de programação; desenvolvimento de sistemas de gestão de conteúdos mais complexos; maior incorporação dos blogs; adoção de sistemas que habilitem a participação efetiva do usuário na produção de informações; produtos diferenciados criados e mantidos de modo automatizado; sites dinâmicos; narrativas multimídia, infografia interativa; emprego do RSS (Really Simple Syndication ou Rich Site Summary) para recolher, difundir e compartilhar conteúdos; uso da técnica do podcasting para distribuição de conteúdos em áudio e vídeo; experimentação de elementos conceituais novos para a organização da informação; maior integração do material de arquivo na oferta informativa; emprego de metadados e data mining para extração de conhecimento; e aplicação de novos métodos para gerar visualizações diferenciadas para os conteúdos jornalísticos. (BARBOSA, 2007, p.150)

¹⁴ Acrônimo de HyperText Markup Language, que significa Linguagem de Marcação de Hipertexto, é uma linguagem de marcação utilizada para produzir páginas na Web. Documentos HTML podem ser interpretados por navegadores.

A autora retrata o período que vivemos hoje no jornalismo online, como de um aproveitamento muito mais amplo das tecnologias em todos os seus âmbitos. Neste contexto de experimentações e novos métodos, podemos considerar o conceito de remediação (BOLTER & GRUSIN, 1999) como importante para que isso acontecesse. Para os autores, as novidades trazidas pelas novas mídias, sem exceções, cuja característica definidora é a matriz digital, não ocorrem de maneira isolada em relação aos meios existentes. As mídias mais recentes remediam, isto é, aprimoram seus predecessores, tanto o jornal, a revista, o rádio, o telefone, a arte, o vídeo, a fotografia, etc..

A remediação, para Bolter e Grusin (1999), é a característica da mídia digital, pois implica o reconhecimento do meio anterior, da sua linguagem e da sua representação social. Ela apresenta, no entanto, "uma dupla lógica típica da nossa cultura, que quer simultaneamente multiplicar as suas mídias e apagar qualquer traço de mediação" (BOLTER e GRUSIN¹⁵ apud FURTADO, 2006, p. 95). Desta maneira, todos os meios têm o seu sistema de produção afetado pela chamada nova mídia. A internet remedia todos os meios, melhorando-os em muitos aspectos e acrescentando recursos novos, enquanto a web, especificamente, tem uma natureza remediadora, operando de modo híbrido e inclusivo. A web, dizem os autores, remedia os jornais, as revistas e a publicidade gráfica. Pois ela, após passar por todos esses estágios anteriormente discutidos e que a colocaram no patamar em que está hoje, trouxe novos conceitos e acabou por reeducar o leitor para novos hábitos de leitura e uma diferenciada compreensão estética dos meios tradicionais.

Afinal, como acreditam Palacios e Munhoz (2005), o surgimento de novas alternativas de disseminação da informação nas redes obriga os veículos tradicionais a repensar sua forma de atuar. Sem se adaptar à nova realidade trazida pela possibilidade da leitura em tela, os meios tradicionais ficam muito distantes do que os novos meios têm apresentado. Essas mudanças são válidas muito mais pela reestruturação e os questionamentos que elas trazem do que por seus efeitos propriamente ditos. Com a maior difusão da internet, viu-se muitos projetos gráficos de jornal impresso mudando para se aproximar da web. Alguns periódicos, hoje, já recuaram nessa posição de querer sustentar uma leitura altamente fragmentada, como se dá na web. Esta nova era de remissões, remediações e adaptações não trouxe questões instigantes somente para o aspecto gráfico do jornalismo, a própria profissão

¹⁵BOLTER, J. D.; GUSIN, R. **Remediation**: understanding new media. Cambridge: MIT Press, 2000.

sofreu diversas alterações pelo impacto das novas mídias e pelas próprias mudanças no ritmo de vida da sociedade altamente conectada em que vivemos atualmente.

Como sustentamos ao longo de todo o capítulo, por meio da exposição de um panorama da história visual do impresso, tanto a forma quanto o conteúdo do jornal acabam sendo um reflexo das tecnologias disponíveis no momento, que limitam ou ampliam esses aspectos. Embora uma maior preocupação com o design dos periódicos só tenha se mostrado efetiva no início da década de 1960 com o surgimento do offset, conforme mencionado, todas as mudanças ocorridas desde o impresso em estilo vitoriano até o que incorpora referências da televisão e internet buscam distribuir o conteúdo da forma mais clara e legível possível para o público. Daí a identidade visual do veículo ser considerada parte fundamental de seu discurso, e não um elemento acessório ao texto. Essa percepção também estará presente no próximo capítulo, quando trataremos dos processos editoriais e valores jornalísticos.

3 PROCESSOS EDITORIAIS E VALORES JORNALÍSTICOS

Logo no surgimento do jornalismo, a atividade ainda não era organizada. Os textos eram feitos pelos próprios donos dos jornais e pouco se conhecia sobre como a disposição dos elementos no layout poderia influenciar na leitura de determinada matéria. Os periódicos surgiram para suprir a necessidade de compartilhar histórias diariamente, dividir acontecimentos, informar as pessoas sobre a realidade dos lugares onde elas vivem e, é claro, ser uma fonte de renda para seus donos. Logo, inicialmente, planejar como os conteúdos seriam dispostos na página não parecia ser o mais importante. Mesmo porque, sabe-se que os recursos disponíveis à época dos primeiros impressos não deixavam muitas opções o tratamento visual das informações

Além disso, a intenção era difundir a maior quantidade notícias no espaço disponível. Costella (2002, p. 16) classifica o produto jornalístico como algo dotado de "atualidade, periodicidade e variedade de matéria". O que mostra que o jornal não surgiu somente após o advento da prensa tipográfica, mas foi a partir desta inovação que os periódicos assumiram estas características singulares. Foi a soma de experiências, das tentativas de se estabelecer produtos gráficos diferenciados que originaram o periódico que conhecemos hoje: "o jornal impresso tipograficamente subiu ao palco da história no momento em que a experiência tipográfica, calejada nos livros, se somou à experiência jornalística desenvolvida com a gazeta manuscrita" (COSTELLA, 2002, p. 22). O jornal existia independentemente da prensa, no entanto, ele só conseguiu consolidar-se como um meio informativo a partir do momento em que esta técnica lhe conferiu a possibilidade de ser produzido em maior escala. Transformou-se, assim, em um produto rentável, o que aumentou o interesse na sua produção.

Nos primórdios das práticas jornalísticas, praticamente não havia separação de funções produtivas nos jornais. Segundo Giles e Hodgson (1990), os editores eram geralmente as pessoas que possuíam a máquina de impressão e os interesses dos leitores – majoritariamente a aristocracia, fazendeiros, comerciantes, acadêmicos e donos de grandes terras – representavam o pauteiro do século XIX. Pois como afirma Pena (2007), a origem do jornal como veículo periódico está no lucro e em seu código genético não está um serviço público, sim um comércio de notícias. Assim, os donos de impressos, procurando rentabilidade, faziam das suas publicações algo parecido com o que se conhecia de mais moderno na época, os livros.

Em um tempo em que as mensagens ainda viajavam o mundo de navio, a atualidade dos fatos era muito relativa. Muitas notícias eram datadas, o que, inclusive, mostrava a demora até que elas chegassem à redação. Na Itália, em Veneza, um dos mais importantes pontos de rota comercial na Europa, conforme Pena (2007), as notícias geradas eram todas de interesse mercantil e por serem de interesse de várias outras cidades, eram produzidas lá e expedidas por correio todos os sábados para outras cidades italianas.

Com o surgimento do telégrafo, estes processos se aceleraram e começou uma oportunidade de expandir os negócios. Com os repórteres sabendo mais rápido dos fatos, consolida-se a ideia de atualidade. A maior velocidade na difusão da informação fez com que os leitores não aceitassem mais notícias com datas de meses, semanas ou até dias atrás. Não significa que eles procurassem sempre por novidades, já que o conceito de atualidade no jornalismo, como define Pena (2007, p. 41), "refere-se ao tempo de publicação e não da ocorrência do fato. Ou seja, nem sempre significa um fato novo". No entanto, a maior agilidade na comunicação fez com que o nível de exigência aumentasse na hora da seleção do que seria publicado. As notícias veiculadas passaram, então, a ter uma data de ocorrência cada vez mais próxima da data de publicação. O jornal acabou por diminuir gradativamente o número de notas velhas/frias publicadas.

Não se pode esquecer, entretanto, que o problema do espaço físico foi de grande importância para a evolução dos processos editoriais do fazer jornalístico. As salas de redação foram aumentando em número de profissionais, novas funções foram sendo agregadas. Neste lugar estabelecido, reúnem-se os trabalhadores que diariamente 'montam' o jornal e nele se escolhe e discute o que será notícia. Por meio das inquietações e questionamentos dos profissionais que trabalham juntos neste mesmo local, que se delineia quais os temas relevantes para a publicação: "a redação de um jornal é o seu coração. É na redação que entra a matéria-prima informativa e é dela que saem as notícias" (SOUSA, 2005, p. 38). A redação é

importante por proporcionar a convivência e troca de informações entre os jornalistas, o que é fundamental para o bom andamento dos processos. As primeiras redações separavam as editorias com paredes que demarcavam o território de cada área específica, contudo, o responsável pela montagem das páginas não era considerado parte dela. Os escassos recursos visuais da época também ajudavam na pouca valorização do trabalho de arranjo dos elementos. Os jornalistas acreditavam que a palavra deveria estar acima de tudo e pouco se importavam com o que era feito da lauda em que seus textos eram redigidos. Os processos de produção e redação de uma matéria eram totalmente isolados da concepção de como seriam organizados os insumos na página.

Os recursos visuais no início do período tipográfico eram poucos, e restringiam-se a filetes, variações na tipografia (fontes), algumas ilustrações e, posteriormente, fotografias de baixa qualidade. O jornalista pouco interferia no processo de diagramação, no desenho das páginas ou na escolha da imagem que ia ilustrar o texto. Este era um serviço do gráfico, do tipógrafo. (FREIRE, 2009, p. 297)

As mudanças econômicas ocorridas, no Brasil, nos anos pós-guerra entre o fim dos anos 1940 até os anos 1960, entretanto, acarretaram alterações positivas na aparência dos periódicos. Segundo Abreu (1996), a principal inovação do período foi a transformação categórica dos jornais em empresas jornalísticas de poder econômico considerável. Assim, foi possível a introdução de novas tecnologias gráficas e editoriais. Mas essas não foram as únicas diversificações nas redações brasileiras, houve também "uma reorientação gerencial no próprio ambiente de trabalho. Além das modificações concebidas no plano da redação das notícias, realizaram-se várias reformas gráficas que modificaram a maneira pela qual se apresentavam ao público" (FERREIRA JÚNIOR, 2003, p. 63). Essas variações gráficas evidenciavam a mercantilização das notícias e fez com as empresas despertassem para o fato de que se deveria dar "mais importância para a apresentação como um fator que decide se uma matéria é lida ou não" (HUTT; JAMES, 1989, p. 9)¹⁶. Editores buscavam agora, através da diagramação, uma maneira de direcionar o olhar do leitor na página. O início do período foi, no entanto, um tempo de certo desconforto, afinal os jornalistas não gostavam da ideia de pensar no montador das páginas como alguém que pudesse ajudar na produção de sentido do que era escrito por eles. A possibilidade da impressão *offset* trouxe consigo o embrião da informatização das redações, o que transformou significativamente a maneira como se faz jornalismo.

¹⁶ Do original: The more importance we may place upon presentation as being the factor that decides whether a story is read or not

No início, limita-se à redação, com a aposentadoria das máquinas de escrever. Depois, chega à diagramação, à montagem das páginas, à arte-finalização. Inicia-se também a aproximação entre o jornalista e o artista gráfico, o diagramador. Surge a figura do editor de arte, aquele que vai gerenciar a pré-impressão e driblar os eventuais conflitos entre forma e conteúdo. É no final desta fase que se dão as primeiras verdadeiras reformas gráficas, já vislumbrando o papel que o computador teria em toda a enunciação jornalística (FREIRE, 2009, p. 301)

Assim, passamos de um momento onde o jornalista quase não interferia na visualidade do produto final, para uma redação mais integrada. Este movimento iniciou-se com a saída dos paginadores da gráfica para dentro das redações. Nos anos 1990, houve uma tendência de unificar a diagramação com as editorias de arte. O jornalismo começou a se ligar cada vez mais ao design e a postura do repórter passou a mudar. Pois agora havia noção de que o texto era composto por elementos verbais e não-verbais, como aponta Freire (2009), e as empresas dispunham de recursos gráficos para construir melhor os textos. No entanto, essa nova política não agradou muitos jornalistas e a mera integração em um espaço físico não sanou esse atrito. Ainda há profissionais que mantêm um distanciamento e menosprezo pelo o arranjo das matérias como parte importante da composição do jornal e da criação da sua identidade visual.

Tal distanciamento parece que se arraigou profundamente, e ainda hoje existem jornalistas que consideram as duas atividades como bastantes diversas e estanques: de um lado, jornalista e seus textos verbais; do outro, diagramador e seus engendramentos para que texto e imagens caibam na página. (FREIRE, 2009, p. 297)

Talvez a perda de espaço do texto para mais espaços brancos, para fotos mais abertas, para textos fragmentados em diferentes módulos e espaços desagrade os jornalistas mais conservadores de hoje, tanto quanto a instituição do lead como uma regra desagradou nos anos 1950. Esta técnica norte-americana de escrever notícias, que exige que no primeiro parágrafo sejam necessariamente respondidas perguntas básicas: quem, o que, quando, onde, por que e como, foi uma maneira de objetivar os textos jornalísticos. Pois, como definiu Roberto Pompeu de Sousa (1986, p. 22), considerado o jornalista que implantou o uso do lead no jornalismo brasileiro, a abertura do texto nos jornais da época era "um comentário, uma opinião, uma mistura de informação, interpretação e tudo mais, menos notícia". Então muito mais do que apenas deixar os textos mais diretos, a técnica ajudava a poupar tempo para o leitor e, muitas vezes até espaço no jornal. A nova maneira veio para acabar com uma era de jornalismo prioritariamente opinativo.

As reportagens não escondiam a carga panfletária defendendo explicitamente as posições dos jornais (e dos seus donos) sobre os mais variados temas. As narrativas eram mais retóricas que informativas. Antes de ir ao verdadeiro assunto da matéria, os textos faziam longas digressões relacionando-a com a linha de pensamento do veículo. (PENA, 2005, p.41)

O fim dos longos textos políticos e literários nos jornais trouxe uma nova realidade em que a mancha¹⁷ do impresso ficou mais dinâmica e colorida. Além disso, a maior difusão da internet na sociedade acompanhou a falta de tempo do leitor e transformou a leitura de periódicos em algo mais fragmentado. O leitor vai de um texto para outro em uma fração de segundos, buscando que lhe é mais interessante. Hoje, não há mais tempo para procurar no meio de diversas informações com títulos e textos sem qualquer hierarquia o que é mais interessante. Com a dissolução dos grandes blocos de textos, pode-se decidir com mais facilidade a velocidade e o nível de profundidade que se quer dar para a leitura.

O design mudou para acompanhar não só as mudanças tecnológicas, mas especialmente para acompanhar o ritmo mais acelerado do século XXI. Assim, simplificar as capas de jornal, passou a ser mais que um mero acessório para deixar o periódico mais dinâmico, tornou-se um sinal de respeito pelo leitor. E "um jornal que respeita o tempo do leitor faz três coisas: organiza informações, usa sinais visuais para levar o leitor à informação e 'empacota' a informação de maneira que ela possa ser achada mais rápido"¹⁸ (LOCKWOOD, 1992, p. 113). Para melhorar a legibilidade, as páginas mudaram e, conseqüentemente, era necessário modificar o modo como os jornalistas escreviam seus textos, uma vez que "a unidade não provém mais da ordem interna do discurso, mas ordem externa da diagramação" (MOUILLAUD, 1997, p. 32).

Pensando nisto, as redações começaram a se transformar estrutural e fisicamente. A comunicação de todos os envolvidos no processo da criação do impresso passou a ser imprescindível para que criatividade e qualidade pudessem trabalhar juntas. Nesse sentido, elas foram remodeladas para libertar os jornalistas das estruturas estratificadas do passado. Iniciava-se, então, um esforço para criar ambientes que refletissem a diversidade e a complexidade do mundo que o jornal mostrava os dias.

Em uma planta aberta, a redação lembra muito uma teia, em vez de a imagem organizacional da hierarquia. O fluxo de informações é mais rápido porque as pessoas não estão presas em compartimentos (escritórios). Por que esta planta dá muito mais caminhos e conexões do que uma planta fechada, ela possibilita que as pessoas se comuniquem além das barreiras tradicionais. (LOCKWOOD, 1992, p. 21)¹⁹

¹⁷ Ou mancha tipográfica, nome dado ao espaço que o texto ocupa na página.

¹⁸ Do original: a newspaper that respects reader's time does three things: it organizes information, it uses visual signals to draw the reader to the information, and it packages the information for quick access.

¹⁹ Do original: Instead of the organizational image being the hierarchy, in the open plan it resembles a web. The information flow is quicker because people aren't sequestered in compartments (offices). Because this plan has more pathways and connections than the closed plan, it allows people to communicate across traditional boundaries

Por isso, boa parte das redações modernas aboliu as paredes para integrar todas as partes do jornal e tentar dar aos profissionais um maior sentimento de 'unidade', para que cada um pense como uma parte que não pode ser isolada do todo. A apresentação qualificada de uma página vem de um esforço coletivo. Sem diálogo entre diagramadores e repórteres, fica difícil fugir do básico do projeto elaborado para o periódico. Pois hoje, "o produto informativo parece ser o resultado de uma série de negociações, pragmaticamente orientadas, que têm por objeto o que é publicado, e o modo como é publicado no jornal." (MAGISTRETTI²⁰ apud WOLF, 2006). Sem essas negociações diárias fica dificultado o exercício da criatividade na hora da construção das laudas e elas provavelmente ficarão subordinadas ao layout pré-definido, o que, segundo Hutt e James (1989, p. 12), "pode até ficar bonito, mas não projeta a matéria"²¹. A reforma gráfica ideal busca uma maneira de simplificar e otimizar a produção diária, sem deixar que esse novo projeto engesse as possibilidades criativas que possam surgir, não só nas matérias especiais, mas também no jornalismo feito diariamente.

Segundo Lockwood (1992), não é por acaso que as grandes reformas gráficas vêm, normalmente, acompanhadas de novos profissionais nas redações. Para reformular a apresentação do jornal, geralmente é necessário também mudar quem o pensa para que não se obtenha um olhar disfarçado de novo, contudo, ainda viciado em velhas práticas e regras. Afinal, é sabido que o ser humano tende a desenvolver atitudes automáticas, reações mentais pré-concebidas que fazem que vejamos e ouçamos as coisas somente da maneira que esperamos e que apenas confirmem crenças já adquiridas.

Além disso, as pessoas se tornam incapazes de abandonar maneiras convencionais de enxergar as coisas e acabam criando um cânone do jornalismo. Agora, se esse cânone é baseado em uma visão limitada do que os jornais devem e podem ser – e frequentemente é – eles acabam produzindo jornais entediantes. Nesses casos, é necessário mudar a forma de pensamento, apesar das forças contra esta mudança – uma nostalgia pelo passado e pelo conforto de ter as coisas do jeito que elas sempre foram – serem enormes. (LOCKWOOD, 1992, p. 122)²²

Por isso, as alterações gráficas envolvem uma dezena de pessoas e tomam um tempo considerável. Nenhuma grande reforma é concebida por apenas um profissional. Em um

²⁰ MAGISTRETTI, S. Relazioni tra routines produttive, spazio da riempire nel giornale e tempi di lavorazione. 1981, p. 1-7.

²¹ Do original: may look good but do not project the story

²² Do original: Furthermore, people tend to develop fixed attitudes, preconceived mental reactions that allow them to see and hear only what they expect to see and hear, thereby confirming their acquired beliefs. Pretty soon people are unable to step out of conventional ways of seeing and created on canon of journalism. Now if that canon is based on a narrow view of what newspapers should and can be – and it frequently is – they end up producing boring newspapers, In such cases they must change their way of thinking even though forces against such change – a nostalgia for the past and the comfort of having things the way they've always been – are enormous.

primeiro olhar, este pode até parecer um processo que envolve mudanças estritamente visuais, no entanto, ela sempre gera novos métodos e rotinas dentro de uma redação. Muito mais que um fim, as modificações gráficas são um meio de repensar todos os processos editoriais, o que acaba apontando novos caminhos e levantando questionamentos para o jornal.

A maioria das perguntas dignas de se fazer não têm respostas absolutas e os assuntos dignos de se examinar não têm finais definidos. Uma reforma gráfica não é um destino final; é uma maneira de envolver muitas pessoas por um período de tempo. Esse envolvimento é que cria correntes de experiência que ajudam a construir uma nova cultura na organização.²³ (LOCKWOOD, 1992, p. 39)

A 'nova cultura' nas organizações não é resultado somente das reformas gráficas que aconteceram nos jornais. A informática, como dito anteriormente, modificou as redações. Ela, indubitavelmente, acelerou os processos produtivos do jornalismo e tornou, inclusive, possível que se alterasse projetos visuais como mais frequência e qualidade. Conforme Silva (2007), no ano de 1986, o jornal gaúcho *Correio do Povo* foi o primeiro jornal do País a utilizar o computador em sua redação. Ainda que aquele não fosse o avanço tecnológico ideal, ali se iniciava uma nova era no jornalismo brasileiro:

[...] os softwares eram limitados. A tela era gigantesca. Era verde. Cansava os olhos dos jornalistas, mas de qualquer sorte foi um avanço no projeto do jornal impresso brasileiro e abriu caminho às novas tecnologias existentes atualmente e, melhor, àquelas que já estão a caminho do nosso ofício. (SILVA, 2007, p. 54)

Até porque, naquele momento, a nova aparelhagem apenas substituía as máquinas de escrever, acelerando o processo de redação e edição das notícias. No entanto, era uma porta que se abria para que as mudanças espalhassem-se por todo o resto do jornal. Com a evolução do suporte técnico, os computadores chegam gradativamente à diagramação, à montagem das páginas, à arte-finalização. Assim, algumas tarefas, "que empregavam dezenas" como a dos montadores de página, cujo trabalho era "recortar e colar os textos compostos" (SILVA, 2007, p. 54), cessam de existir pois os novos processos demandam menos tempo e menor pessoal para sua execução.

Todos os processos jornalísticos foram profundamente afetados pelas novas tecnologias. Do contato com as fontes, à edição do layout das páginas, nada hoje é feito da mesma maneira de antes da existência do computador e da internet. Nenhuma parte do fazer jornalismo, no entanto, sofreu tantas alterações com a evolução técnica como a edição das matérias. O que acabou dando ao design das notícias, hoje, um peso muito maior do que lhe era dado no início

²³ Do original: most questions worth asking have no absolute answers, and the themes worth examining have no definite endings. A redesign is not a final destination; it's a way of involving many people over a period of time. This involvement creates chains of experience that help build a new culture within the organization.

do século XIX. Pois, atualmente, as possibilidades, durante a edição do conteúdo, são inúmeras e só dependem, além da qualidade do material, é claro, da competência de quem participa do processo para que ele assuma diferentes formas informativas.

Na edição, o jornalista separa fragmentos de acordo com os gêneros mais adequados para a apresentação do conteúdo. Assim, informações numéricas são aglutinadas num quadro ou gráfico, o que foi dito pelo entrevistado tanto pode ser citado ao longo do texto como pode tornar-se uma peça à parte, outra parte do conteúdo pode ser mais bem apresentada numa matéria coordenada, e parte do discurso direto passa a ser destacada na forma de um “olho” etc. (FREIRE, 2009, p. 306)

A otimização do espaço no jornal está fortemente relacionada ao ritmo de vida mais acelerado do século XXI. O leitor agora precisa achar o que procura e o que interessa mais rápido, sem precisar ler tudo, tornando o design de notícias parte decisiva na composição da arquitetura das páginas jornalísticas. A tecnologia empregada é crucial para auxiliar e facilitar as mudanças e mostra que "qualquer conceito de design de notícias hoje em dia deve incluir o desenvolvimento de formas de gerenciamento mais flexíveis e reconhecer que a qualidade de dos profissionais é chave para se ter um bom jornal" (LOCKWOOD, 1992, p. 39). A evolução técnica altera os processos, mas não faz com que sejam dispensáveis os bons profissionais. Afinal, são eles que gerenciam e organizam rotinas para que inovações sejam implantadas e usadas da maneira mais interessante para o leitor e a empresa.

3.1 OS VALORES-NOTÍCIA

A forma de apresentação dos jornais mudou muito, a maneira de fazer jornalismo, portanto, também sofreu significativas alterações ao longo dos séculos. Os periódicos gradativamente se transformaram em grandes empresas, visando o lucro, como qualquer outra operante no sistema capitalista. Muitas regras foram criadas e definidas para que eles se organizassem de uma forma que os deixasse ser mais lucrativos. Objetividade e imparcialidade passaram a ser exigência nas redações, visando abertura para qualquer tipo de anunciante.

Segundo Abreu (1996), os anos 1950, no Brasil, foram uma época de grandes transições. Neste período, deu-se o início da profissionalização dos jornalistas, inicialmente em cursos juntos com a filosofia nas universidades. A criação dos cursos de jornalismo fez com que se começasse a estudar os fenômenos midiáticos e, assim, se traduzisse a finalidade da informação: dar conta do que advém ao espaço público selecionando eventos a serem reportados segundo seu potencial de atualidade, sociabilidade e imprevisibilidade (CHARAUDEAU, 1997). É, nesta década, que também começa a se abrir mais espaço para a

comercialização de espaços no jornal, tanto que eles passam a obter 80% da sua receita, não das vendas, mas dos anunciantes:

[...] a unidade de medida do crescimento dos jornais e dos outros veículos de comunicação deixa de ser a notícia apoiada nos classificados para ser a publicidade. Ela compreende toda forma de ocupação do espaço administrada por uma tabela de preços calculada em centímetro ou em frações de tempo no rádio e na televisão. (BAHIA, 1990, p. 228)

A partir de uma venda mais organizada dos anúncios, houve uma maior regulação mercantil das empresas jornalísticas. Essa mercantilização trouxe também um maior empenho no estudo dos fenômenos relacionados aos meios de comunicação de massa. Este "súbito interesse pelos estudos da notícia pode ser atribuído, em parte, pelo reconhecimento do crescente papel ocupado pelos media, em especial a televisão, nas sociedades modernas" (PEREIRA JUNIOR, 2005, p. 67). Assim, começou uma reestruturação da forma e do conteúdo do que era publicado nos periódicos. Os jornais brasileiros deixam de lado o caráter panfletário e fortemente opinativo e assumem uma nova maneira de publicar notícias: mais objetiva e direta, baseada em conceitos usados nos Estados Unidos.

Esse jornalismo de opinião tinha forte influência francesa e foi dominante desde os primórdios da imprensa brasileira até a década de 60. foi gradualmente substituído pelo modelo norte-americano: um jornalismo que privilegia a informação e notícia e que separa o comentário pessoal da transmissão objetiva e impessoal da informação (ABREU, 1996, p. 15)

Este pensamento de objetivar e simplificar as notícias definiu também os novos critérios de noticiabilidade no jornalismo brasileiro. Anteriormente, "os jornais publicavam fatos de interesse comercial e político, como chegadas e partidas de navios, tempestades, atos de pirataria, de guerra ou revolução; mas [...] o que importava mesmo era o artigo de fundo, geralmente editorial" (LAGE, 2001, p. 10). O editorial opinativo foi perdendo espaço e, a partir destas mudanças, houve uma alteração na orientação das diretrizes jornalísticas visando, principalmente, a otimização e a redução dos recursos financeiros: "os critérios são orientados para a eficiência, a fim de garantir o fornecimento necessário de notícias adequadas, com o mínimo de dispêndio de tempo, esforço e dinheiro" (GANS²⁴ apud WOLF, 2005, p. 204). Com menos opinião, havia mais objetividade, menos palavras e, conseqüentemente, menos gasto, inclusive com papel. Mas com todas essas alterações, o que passaria a ser notícia, então, segundo estes novos critérios? Qual era o tipo de acontecimento que os jornais

²⁴ GANS, H. Deciding what's news. A study of CBS evening news, NBC Nightly News, News, Newsweek and Time. Nova Iorque: Pantheon Books, 1979.

passariam a destacar em suas páginas e na capa? O que fazia de certo fato tão interessante para ele virasse notícia?

Notícia é o relato de um fenômeno social, presumivelmente de interesse coletivo ou de um grupo expressivo de pessoas. Devemos enfatizar que a notícia não é a exata tradução da realidade, pois, como já alertava Fraser Bond, “notícia não é um acontecimento, ainda que assombroso, mas a narração desse acontecimento”. (LUSTOSA, 1996, p. 19)

Uma vez que a infinidade de fatos ocorrendo no dia-a-dia não pode ser noticiada, é preciso escolher o que merece existir como notícia pública e, a partir daí selecionar o que ganhará destaque no jornal. Os profissionais distinguem meras ocorrências de notícia, entendendo de que "o acontecimento é matéria-prima para o produto que, por sua vez pode constituir-se em acontecimento para o público" (SODRÉ, 1996, p. 133). Para facilitar esse processo de escolha, em 1965, Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge enumeraram os fatores que dão a um fato valor-notícia. Estes critérios, com as devidas modificações feitas ao longo dos anos, são ainda usados para otimizar a decisão do que entra ou não na edição do dia. Goldin e Elliott²⁵ (apud WOLF, 2005, p. 196) classificam valor-notícia como "qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, cuja presença ou ausência os recomenda para serem incluídos num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exhibe essas qualidades, maiores são suas possibilidades de ser incluído".

Entretanto, estes quesitos não devem ser avaliados de maneira estanque. Afinal, eles podem ser aplicados tanto do ponto de vista do trabalho informativo, quanto do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas. Já que segundo Wolf (2005), a noticiabilidade é complexamente constituída pelos requisitos necessários para que um evento tome forma pública de notícia. No entanto, a seleção não termina por aí. Depois de selecionados os fatos, é ainda necessário hierarquizar: quais notícias ganharão chamadas, destaque, a capa? O processo, não acaba após as pautas dia estarem listadas, ele se estende por toda a redação a até a impressão do jornal.

Esses critérios trouxeram agilidade à rotina produtiva dos jornais, pois segundo a definição de Goldin e Elliot, para avaliar se um fato é notícia ou não basta ponderar se ele apresenta alguma das características a seguir: **proximidade** – leitores buscam por fatos com os quais eles possam se relacionar; **amplitude** – quanto mais pessoas envolvidas, mais chance de ser noticiado; **ineditismo** – fatos novos e inusitados são sempre procurados; **negatividade** – notícias ruins chamam mais atenção que as boas; **frequência** fatos da rotina geralmente não

²⁵ GOLDIN, P.; ELLIOTT, P. *Making The News*. Londres: Logman, 1979.

são notícia; **clareza** – eventos com implicância já definidas vendem mais; composição – a importância de uma notícia depende de seu valor frente a outros eventos; **referência a pessoas públicas/importantes** – quanto maior for a relevância do indivíduo para certa população, mais chances de virar notícia. Esses critérios agilizam e facilitam a escolha das pautas e sua aplicação de maneira deliberada. Contudo a quantidade de fatos que chega até a redação todos os dias pode estabelecer uma rotina que privilegia sempre os mesmos aspectos:

Os jornalistas, confrontados com a supra-abundância de acontecimentos e a escassez do tempo, são obrigados a criar o que Tuchman (1973) designa como a rotina do inesperado, tendo como consequência, devido aos critérios profissionais que utilizam na avaliação das fontes, a dependência nos canais de rotina. (TRAQUINA, 2005, p. 195)

A rapidez na escolha dos fatos acompanha o passo da tecnologia. Ela trouxe às redações a figura do jornalista multimídia: capaz de fotografar, filmar e escrever sobre determinado fato. Tem-se, assim, uma maneira de tentar reduzir o número de funcionários nas redações, usando um profissional para exercer a função de outros três. Com a crise do jornalismo impresso, que fez com que as redações diminuíssem muito de tamanho, dá-se prioridade para que as informações estejam o mais rápido possível em todas as plataformas disponíveis para o leitor.

Nos Estados Unidos, por exemplo, muitas redações de impresso foram extintas. No Brasil, a crise fechou o Jornal do Brasil impresso. Em dia 31 de agosto de 2010, o veículo passou a possuir apenas a versão online. Comentando o fato, o ministro da Comunicação Social do governo brasileiro disse: "acredito que dentro de 25 anos, todos os jornais do país deixarão o papel"²⁶. A morte do impresso vem sendo anunciada desde que os primeiros jornais ganharam versão eletrônica e de que os blogs começaram a se proliferar pela rede. Os jornalistas trabalham hoje sob pressão de todos os lados. Além disso, são poucas as redações que não têm limitações, sejam elas de pessoal, equipamento ou de recursos para elaboração de reportagens. Afinal, a internet e o modo de vida da sociedade atual educaram os leitores a querer muita informação em poucas linhas e de forma bem apresentada. O jornalista se vê, então, muitas vezes engessado entre o que ele acredita ser o bom jornalismo, os resultados que a empresa espera do jornalismo por ele feito e o que o público deseja encontrar nas páginas do jornal. Cria-se assim, um impasse que Bounoux²⁷ classificou de

[...] as três coerções: dinheiro, urgência e pessoas. O jornalista acaba ziguezagueando entorno destes três compromissos para ajudar a empresa de

²⁶ Em matéria publicada no site Terra em 31/10/2010: "Tradicional jornal impresso encerra circulação no Brasil" disponível em: <http://bit.ly/aUxfFl>

²⁷ BOUGNOUX, Daniel. **Introdução às Ciências da Informação**. São Paulo: EduSC, 1999.

comunicação a sobreviver, sincronizar-se com a velocidade da informação e corresponder à ansiedade das pessoas a quem se atribui a escassez de tempo para ler. (apud SARDÁ, 2007, p. 67)

A escassez do tempo é reflexo de uma sociedade mais dinâmica, que não fica estagnada. Novas mudanças e formas de se realizar atos cotidianos são inventadas todos os dias. Os avanços tecnológicos trazem diferentes formas de auxiliar e facilitar o trabalho dos jornalistas, mas também devem ser vistos como momentos propícios à reflexão. O embate papel vs. online hoje é chamado de crise. Crises no jornalismo não são, entretanto, nada de novo. À medida que novas tecnologias vão surgindo, novos pontos em que a conjuntura parece desfavorecer o meio estabelecido aparecem. Em 1977, Alberto Dines já falava em uma 'crise do papel de imprensa' especialmente relacionada à popularização da televisão no Brasil, fato que ele descrevia como "[...] novo e persistente, marcará o jornalismo e a comunicação nos próximos anos. Ele alterará uma série de situações e portanto, de conceitos, criando novos balizamentos e perspectivas." (1997, p. 8). Esta reflexão de mais de trinta anos atrás é perfeitamente aplicável ao momento atual em que a informação não é mais produzida em ciclos e mostra que momentos críticos existirão sempre e sobreviverá no mercado quem melhor se adaptar às novas realidades.

Nos dias de hoje, atualizações para um fato podem chegar a qualquer momento do dia ou da noite e serão noticiadas. O fechamento de uma edição não significa que o tempo daquela notícia está esgotado. O deadline passa a ser relativizado "não há um limite de tempo determinado pela mídia, tudo funciona em tempo real. Isso muda principalmente a maneira como interagimos com o conteúdo" (PAVLIK, 2000, p. 141). Essas novas formas de interação que estão abrindo novos caminhos para o jornalismo e, assim como cada novidade que surge seus valores influenciam o pensamento de quem faz as notícias, assim sendo, trazem mudanças também para a parte gráfica dos jornais. Afinal a hierarquia dada pelos valores-notícia precisava ser mostrada de forma clara para que o leitor pudesse identificar mais facilmente os assuntos mais importantes. Para que isso funcione, no entanto, como afirma Sardá (2007), investimentos nas redações e nas escolas de jornalismo em capacidade de inovação e criatividade devem ser feitos massivamente, pois só assim os profissionais poderão se situar na vanguarda das mudanças e aprimorar o produto jornalístico ainda mais.

O aperfeiçoamento dos jornais não busca, apenas, adaptá-los às mudanças tecnológicas. Persegue o acompanhamento do ritmo, cada vez mais acelerado, do cotidiano, para que os periódicos possam continuar suprindo, como dito no início deste capítulo, "a necessidade de compartilhar histórias, dividir acontecimentos, informar as pessoas sobre a realidade dos

lugares onde elas vivem”. Um design que torna a leitura mais clara e dinâmica é, portanto, como já foi exposto, um sinal de respeito com o leitor. O despertar para os elementos não-verbais do texto ocorre com a entrada da offset nas redações, mas desse ponto em diante, por causa do advento da informática, as alterações em projetos visuais ocorrerão com maior frequência. Modificações que ensejam novos métodos e rotinas dentro de uma redação, sendo, desta forma, um meio de repensar todos os processos editoriais. Além desses temas, abordamos nesse capítulo, a adoção de valores-notícia e do lead como uma consequência influenciada pela mercantilização das empresas jornalísticas, fato que também coincidiu com o começo da profissionalização dos jornalistas e do interesse pelo estudo dos fenômenos midiáticos. O objetivo do próximo capítulo é aprofundar o entendimento acerca de como as necessidades editoriais e operacionais específicas de cada veículo estão contempladas em seus projetos gráficos.

4 OS ELEMENTOS DO PROJETO GRÁFICO

A evolução tecnológica, como discutido anteriormente, acelerou os processos do fazer jornalístico. Consigo, ela trouxe também melhores possibilidades de apresentação visual dos periódicos produzidos no mundo, contribuindo para o desenvolvimento de uma linha gráfica utilizada pelas publicações. O conceito de projeto gráfico originou-se de demandas de fundo econômico e estético: ao individualizar o jornal com um padrão próprio a ser seguido, ele se diferenciava no mercado e otimizava seus processos de produção e montagem. Para as empresas jornalísticas, foi neste momento que começou o trabalho de construção de marcas. Na imprensa do Brasil, o surgimento dos projetos, de modo planejado e sistematizado, aconteceu na década de 1950, com os jornais cariocas Última Hora e Jornal do Brasil. Eles mostraram que, quando bem utilizadas, "as artes gráficas e plásticas se põem a serviço de atração e sugestão, em complemento da arte da palavra" (SILVA, 1985, p. 28). Iniciou-se, assim, um processo de gradativa valorização da apresentação gráfica dos periódicos.

Pensava-se a diagramação como algo que tratava exclusivamente da distribuição das matérias. No âmbito do design para jornais e revistas, os diagramadores são os profissionais responsáveis por desenvolver o diagrama ou *grid* de um jornal, a partir do qual tudo se define na página. Um projeto abrangente trata do conjunto de especificações técnicas sobre alguns aspectos dos impressos, como: formato de página, o uso de marcas de identificação, o tipo de papel usado, utilização da cor, famílias tipográficas, o uso ou não fios e outros ornamentos, fotos, ilustrações, infográficos e uso do branco. Essas enumerações são essenciais para que o trabalho se desenvolva "levando em conta o aproveitamento do texto, o destaque, a atração, a forma, a estética conjugando o conteúdo com a apresentação gráfica" (COLLARO, 2000, p. 160). O diagrama, no entanto, não é uma maneira de enrijecer a forma do jornal, pois os *grids*

eficientes, como assegura Lupton (2006), não são formas rígidas, e sim estruturas flexíveis e resilientes, como esqueletos que se adaptam à massa muscular da informação.

Cada publicação tem seu projeto específico, que visa atender suas necessidades editoriais e operacionais. Alguns elementos são comuns a todos os formatos de jornal. Neste trabalho, privilegiaremos os recursos presentes nos periódicos tabloide, que apresentam geralmente um tamanho de 33x28 cm. Especificaremos aspectos referentes a este por ser mais relevante que *standard*²⁸ e *berliner*²⁹ para a análise que será desenvolvida mais adiante. Por ser menor que todos os demais, o modelo tabloide confere, de certa forma, como afirma Mouillaud (1997), muito mais peso às notícias publicadas. Por seu espaço físico ser menor, ele implica a existência, a cada dia, de *algum* acontecimento que é o acontecimento da edição. Para contemplar essa necessidade de poder destacar determinados elementos na página, o design foi se aprimorando para atingir um patamar em que informação, legibilidade e apelo estético estivessem nas laudas dos jornais. Além disso, o formato carrega o estigma de ser mundialmente conhecido por ser o modelo usado por jornais menos sérios, mais populares, que tratam de fofocas, de assuntos polêmicos e escandalosos de maneira bastante apelativa. Neles, há geralmente muito emprego de itálicos, caixa alta, fotos apelativas e cores em demasia. Alguns tabloides conhecidos são o The Sun, da Inglaterra, o Bild Zeitung, da Alemanha e o Meia Hora, do Brasil, que costumam ter capas carregadas de elementos imagéticos.

Tudo isso também é reflexo da sociedade em que vivemos. Nossos olhos recebem um bombardeio diário de informações gráficas. São cartazes, outdoors, embalagens, propagandas por email, revistas e outros apelos visuais espalhados por todos os lugares e almejando atrair nosso olhar. A explosão gráfica que vivemos hoje educou consumidores e fez com que editores percebessem a necessidade do bom 'empacotamento' da notícia para que o leitor não largasse o jornal depois das primeiras linhas. A visualidade passou a ancorar o conteúdo editorial. No entanto, conforme Garcia (1987) impressos de excelência gráfica fazem, acima de tudo, bom jornalismo antes de bom design artístico. A arquitetura das páginas em que prevalece uso de boas imagens para acompanhar as matérias e que coordena, de maneira leve, o espaço utilizado na mancha não faz uma boa edição sozinha. Forma e conteúdo precisam andar em sintonia para se ter, de fato, um jornal de qualidade. O discurso jornalístico implica, segundo Antunes (2005), uma articulação simultânea das linguagens verbal escrita,

²⁸ Jornais de 55 cm de altura, chamados também de *broadsheet*, em inglês.

²⁹ Também conhecido como berlinense ou midi, é um formato levemente maior que o tabloide com 47x31 cm, usado por jornais como o francês Le Monde e o inglês The Guardian

fotográfica, gráfica e diagramática. Pois cada unidade no jornal é como uma constelação, onde nenhuma estrela isolada tem sentido.

4.1 O DIAGRAMA/GRID

O jornal envolve diversos elementos a serem arranjados em nível visual e hierárquico. Figuras, textos, títulos, fotos, propagandas, mapas e quaisquer outros recursos a serem usados nas páginas devem se reunir para transmitir a informação de forma coerente. O diagrama serve como uma grade invisível que coordena todos esses dados. Ele fornece guias de alinhamento que funcionam como condutores para a distribuição dos insumos na página. A partir dele, o diagramador pode se organizar no layout com mais rapidez para atender às especificidades informativas do conteúdo.

A escrita ocidental organiza-se em linhas e colunas de caracteres, o texto flui em fileiras conectadas diagramadas em caixas. Seguindo esta tendência, uma das formas mais tradicionais e antigas de diagramar é na vertical. Afinal, as primeiras experiências de paginação originaram-se dos livros. Adotando este padrão, o jornal também eram tomado por blocos de texto cujas margens muitas vezes "criavam barreiras impecáveis à volta de blocos de texto justificados e sólidos" (LUPTON, 2006, p. 115). Os impressos antigos foram marcados pelo formato retangular quebrado por recuos e quebras de linha.

Por muito tempo, os projetos privilegiaram este tipo vertical, que é quando, no periódico, as matérias são todas dispostas em linhas e se seguem uma abaixo da outra. Este parâmetro sozinho não é mais muito usado nos dias de hoje, pois tende a monotonia e pode dificultar a leitura. E como o "jornal é antes de tudo, alguma coisa que se vê: do todo se parte para os grandes títulos e para as ilustrações. É importantíssima a paginação. Desce-se, depois, ao texto" (SILVA, 1985, p. 28). A forma em que as colunas estão dispostas é o primeiro elemento a destacar-se no caminho do olhar. Pois, neste molde, uma única matéria obriga o leitor percorrer em um caminho muito longo. Este exercício é cansativo e faz com que ele, muitas vezes, perca-se ao mudar de linha.

O século XX marcou as experimentações gráficas nos jornais. As páginas multicolunadas e multimidiáticas dos jornais "desafiaram a supremacia do livro e de sua margem insular, abrindo caminho para novas tipologias de diagrama" (LUPTON, 2006, p. 121). Assim, surgiram outras maneiras de diagramar, como a "L" ou "7", em que o texto assumia a configuração desses sinais. A nova forma de paginar foi um claro avanço para as artes gráficas. No entanto, não era o desenho ideal, pois complicava a evolução das matérias

na página. Dispostos assim, os elementos que deveriam chamar a atenção, por vezes, truncavam o andamento da leitura. Isso porque a vista humana, ao ler impressos, tende a caminhar de cima pra baixo, da esquerda para a direita. Por essa razão, nos tabloides, o lado superior esquerdo é chamado de zona óptica primária, o lugar que mais ganha a atenção do leitor. Conseqüentemente, como explica Collaro (2000), a descida na diagonal é a área de maior percepção visual. Assim, os demais espaços precisam de mais atenção do projetista para serem devidamente valorizados.

Por conta disso, percebeu-se que a disposição horizontal das matérias na página poderia ser mais atraente e facilitaria a leitura, em comparação à diagramação vertical. Este modelo oferece a vantagem de poder se dispor as fotos tanto vertical quanto horizontalmente. O problema passa a existir no fato desse molde de distribuição dos elementos na página tornar-se facilmente cansativa e monótona.

Para misturar todos esses tipos de paginação, instituiu-se o *grid* ou malha tipográfica. Ele nasceu no período posterior à Segunda Guerra Mundial, dos questionamentos de designers sobre a relevância do layout convencional da época. Alguns profissionais, influenciados pela 'Nova Tipografia'³⁰ do alemão Jan Tschichold, criaram o que Samara (2007) define como uma malha de retângulos de diferentes tamanhos para alinhar elementos gráficos cujo objetivo é ajudar o designer a organizar o conteúdo de forma harmônica. O *grid* veio para suprir a demanda por estruturas flexíveis para acomodar tipos dinâmicos de conteúdo. Valorizando, assim, a estrutura e coesão do layout.

No auge do design moderno, ele foi tão extensamente cultuado e utilizado que hoje há, segundo Samara (2007), correntes que consideram seu uso restritivo demais. No entanto, com o desenvolvimento de uma boa malha tipográfica, flexível e mutável, pode-se atingir resultados satisfatórios de maneira mais rápida do que sem nenhum guia que ancore as ideias do profissional da diagramação. Além disso, o designer Allen Hurlburt³¹ (apud GARCIA, 1987, p. 46) justifica que hoje é quase inexistente o jornal que trabalhe sem um *grid*, pois ele está presente, mesmo que os designers digam que não o usam: "a própria natureza das colunas, suas divisões, regras e normas para tamanhos das manchetes se transformam em seu próprio sistema modular".³²

³⁰ Die Neue Typographie, livro publicado por Tschichold em 1928, na Alemanha, usando conceitos do futurismo, do construtivismo e do De Stijl para aconselhar impressores e designers.

³¹ HURLBURT, Allen. **The Grid**: a modular system for the design and production of newspapers, magazines and books. New York: Van Nostrand Reinhold, 1982.

³² the very nature of column divisions, rules, and prescribed headline counts becomes its own modular system

A partir da ampla aplicação do *grid* no jornalismo, começou a utilização da paginação modular, misturando blocos verticais e horizontais. Eles provocam mais impacto visual, deixando a leitura mais agradável, uma vez que as imagens são redimensionadas para se ajustarem à estrutura das colunas. O uso desta técnica deixa as páginas mais dinâmicas e praticamente elimina o aparecimento de "joelhos" – linhas imaginárias em forma de degraus, que truncam a leitura e dão ao jornal um aspecto descuidado. Na forma modular, há um número fixo de colunas com as quais o diagramador pode trabalhar, mas elas servem de guias para organizar, no espaço, textos e fotos sem necessariamente obrigar o arquiteto de página a seguir um molde fixo pré-estabelecido. Entre as vantagens deste sistema, Garcia (1987) destaca a maior organização, clareza e simplicidade, mais legibilidade para as matérias – as imagens na página se relacionam mais claramente com as matérias que acompanham –, o visual da página é menos caótico, a composição e a produção dos layouts é mais rápida e fácil. Além disso, a organização trazida por esse sistema facilitou também a venda de espaços para a publicidade nos jornais, pois, de certa forma, padronizou os tamanhos, deixando o departamento comercial passar informações mais precisas às agências de publicidade para a confecção dos anúncios.

No caso dos jornais tabloide, usa-se geralmente entre três e cinco colunas por página. A possibilidade de variar a largura dessas colunas influencia na qualidade do trabalho: a variação da forma é responsável pela beleza e pelo equilíbrio da composição. Quanto maior é o número de colunas presentes no diagrama, mais flexível ele é e mais fácil fica gerenciar hierarquias complexas que envolvem vários elementos. O espaçamento entre as colunas e sua relação com a margem da página também são fatores determinantes da legibilidade do impresso.

4.2 OS ELEMENTOS GRÁFICOS

Independente do formato do jornal, existem elementos que são comuns a qualquer periódico. Após a montagem do diagrama, os designers partem para a escolha de diversos itens que irão compor a página: fontes, imagens, cores, volume de texto, figuras, selos e outros subsídios. São essas determinações que definirão a identidade do jornal: se ele vai usar fotos abertas, muitas cores, poucos brancos, fontes com serifa, diferentes famílias nos diversos níveis de texto da página, etc. Só a partir da delimitação desses aspectos que se pode pensar em como eles serão organizados.

Muitas das escolhas feitas para a capa seguirão sendo usadas em todo o impresso. Pois, normalmente, a diagramação da capa influencia em como serão as páginas internas. Apesar de fazer parte do todo, a primeira página tem caráter de discurso próprio, pois é nelas onde se pode ousar mais para chamar a atenção do leitor, especialmente quando os fatos do dia são inéditos ou inusitados. As capas possuem papel tanto jornalístico, quanto publicitário, pois elas informam e enunciam simultaneamente.

Além delas, ainda existem as páginas internas, também chamadas de miolo, e os cadernos. O miolo do jornal geralmente segue o mesmo padrão de diagramação da capa com algumas variações, especialmente na largura de colunas e no uso de outros elementos gráficos que não aparecem nas primeiras páginas. Já os cadernos são um caso à parte. Eles, geralmente, têm uma diagramação própria condizente com o assunto sobre o qual tratam. Esta paginação conversa com a do resto do periódico, entretanto, de maneira independente. Alguns deles, inclusive, têm tamanhos que diferem do resto do jornal. Neste trabalho, como posteriormente analisaremos 20 capas de jornal, falaremos principalmente da diagramação e dos elementos mais comuns às capas.

4.2.1 Tipografia

A tipografia é o recurso básico do design de jornais, é ela que dá ordem estrutural e forma à comunicação impressa por meio da escolha adequada de fontes tipográficas e da composição do texto. Por muito tempo, o trabalho com a tipografia era limitado aos tipógrafos, mas o advento da computação gráfica a deixou ao alcance de qualquer um que possuísse um computador e não mais só designers. Os programas de edição de texto nos familiarizaram com a escolha de uma de letra sem maiores dificuldades.

A transformação trazida pelo computador, entretanto, não diminuiu a importância de entender e saber usar a tipografia, especialmente, na criação de páginas de jornal. Pois, "a família de tipos que um jornal usa nos títulos influi decisivamente no aspecto do mesmo. A escolha deve ser cuidadosa, porque antes de ser lido, o jornal é visto." (COLLARO, 2000, p. 164). A opção por uma fonte afeta o jornal visualmente, pois o texto é o elemento principal da mancha. Uma seleção consciente cria efeitos no papel, que deixam a página mais agradável de ler. Isso é o que chamamos de legibilidade: "os atributos inerentes à tipografia que possibilitam ao leitor reconhecer e compreender as formas e o arranjo dos tipos com maior facilidade" (GRUSZYNSKI, 2008, p. 32). Essa característica é fundamental na escolha da tipografia de um jornal, pois sem ela a leitura pode ficar dificultada acarretando problemas no entendimento da informação.

Além disso, segundo Gruszynski (2008), há uma série de fatores que devem ser levados em conta na escolha de fontes, para que se tenha legibilidade satisfatória (Figura 8):

1. presença ou não de serifa
2. características particulares do design da fonte
3. composição em letras maiúsculas, minúsculas ou maiúsculas/minúsculas
4. espaço entre letras (*kerning*)
5. espaço entre palavras
6. espaço entre linhas (*leading*)
7. extensão da coluna
8. alinhamento dos parágrafos
9. relação figura (elemento tipográfico) e fundo

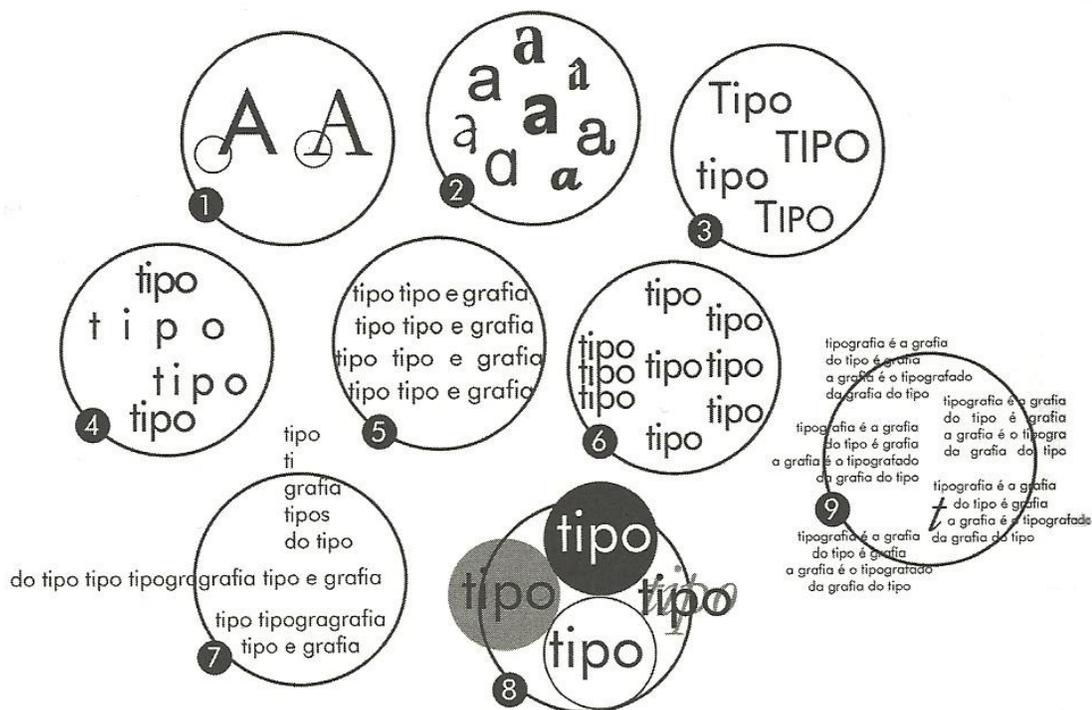


Figura 8: Fatores que interferem na legibilidade dos tipos. Fonte: GRUSZYNSKI, 2008, p. 32

Uma das diferenciações visuais mais simples e elementares para a seleção de fontes para um projeto gráfico é: usar letras com ou sem serifa? Serifa são os pequenos traços, ou prolongamentos, no final das hastes. A escolha de uma fonte com ou sem ela não pode ser arbitrária. A serifa adiciona variedade para cada letra individualmente e pode funcionar como ornamento. Já as fontes não-serifadas tendem a uma maior simplicidade visual e podem causar até certa monotonia. Acredita-se que serifas acabam por guiar o olhar. O ser humano lê

palavras ao invés de letras individuais, assim, as hastes parecem juntar-se devido aos seus prolongamentos. Por outro lado, os tipos sem serifa costumam ser usados em títulos e chamadas, pois valorizam cada uma delas individualmente e chamam mais a atenção por parecerem mais limpos. Por essas razões, segundo Garcia (1987) diagramadores que trabalham com fontes serifadas devem ser mais cautelosos na quantidade de elementos presentes na página. Pois, nesses casos, a letra sozinha já confere um visual mais pesado. Nas manchetes serifadas é inclusive importante considerar deixar mais espaço entre as linhas.

No jornal, além disso, existem vários níveis diferentes de texto e cada um deles pode usar de fontes diferentes ou em estilos diferenciados. O projeto gráfico deve prever qual será o tipo utilizado não só para o texto e para as manchetes. Legendas, cartolas, entretítulos, selos, chamadas para seções (indicando a página em que a matéria se encontra) e boxes também precisam de uma escolha tipográfica específica para que se mantenha um padrão no jornal. É bastante usual usar apenas variações de tamanho ou da própria família tipográfica de uma fonte com e outra sem serifa nos diferentes níveis de texto. Versões *bold*, *light*, *narrow*, *medium*, etc. são aplicadas para se obter diferentes resultados. Em alguns casos, são usadas apenas as maiúsculas para um efeito diferenciado. É importante que no projeto gráfico o jornal aponte quais letras em que tamanho e formas devem ser usadas.

Silva (1985) ensina que as letras maiúsculas, também são conhecidas como versais ou **caixa alta** e as minúsculas como **caixa baixa**. Levam esses nomes em função do hábito de antigos tipógrafos de armazenarem as matrizes dos tipos maiúsculos e minúsculos na parte superior e inferior (respectivamente) de um cavalete. O termo tipografia se origina da palavra *tipo*, objetos de madeira que continham caracteres gravados.

Ainda hoje é assim que chamamos as letras, números e sinais de pontuação. O autor explica que a altura do retângulo onde está inscrito o caractere é chamado de **corpo**, representando seu tamanho, cuja identificação se dá por um número que abrange a quantidade de pontos que o *tipo* possui. Um conjunto de números, letras (alfabeto completo, formado por letras maiúsculas e minúsculas) e sinais de pontuação com o mesmo desenho ou traço corresponde à definição de **fonte**. “O agrupamento de todos os tamanhos dos caracteres, reunindo a variação de estilos de um desenho de tipo (romanos, itálicos, negritos, largos, condensados e outros), recebe o nome de **família** de tipos” (CASTEDO e GRUSZYNSKI, 2005, p. 327).

Garcia (2005) assevera que testes de desempenho de leitura garantem a preferência da versão romana das fontes, de onde se originam as demais versões. O romano também é conhecido como estilo “normal” por alguns autores, por ser o mais utilizado nas publicações,

devido à melhor legibilidade que proporciona. Diferentemente do **itálico**, por exemplo, que deve ser aplicado apenas em alguns casos, como pequenas citações de entrevistados que se queira destacar, sugere o autor. Entretanto, não é incomum o uso de fontes em itálico em alguns jornais europeus e sul-americanos, especialmente no Brasil, onde artigos inteiros podem ser encontrados nesse estilo nos veículos de comunicação. O itálico, que se caracteriza pela inclinação leve dos tipos para a direita, deve ser usado com cautela, de acordo com Tinker, pois “uma página impressa em itálico vai parecer formidável e difícil de ler³³” (apud GARCIA, p. 41).

O **Bold** ou negrito se diferencia do estilo romano por apresentar os traços mais grossos. Segundo Garcia (2005) ainda é prática de alguns periódicos usarem essa versão de determinada fonte para salientar o primeiro parágrafo das matérias (o lide), legendas de fotos, nomes de filmes ou de livros.

É importante que no projeto gráfico o jornal aponte quais letras em que tamanho e formas devem ser usadas. Esses manuais, no entanto, não podem ser inflexíveis, já que servem para que se tenha uma noção de padrão, não para tolher a criatividade dos diagramadores ou colocar o padrão acima do bom senso. O que, segundo Hutt e James (1989), é tão válido jornalisticamente quanto não possuir manual algum. Especialmente se tratando de capa, mudanças no estilo da fonte são bastante usadas para chamar a atenção do leitor e, muitas vezes, conferem riqueza e ousadia. Nas primeiras páginas, as mesmas letras só são usadas nos mesmo elementos. O projeto gráfico evidencia, com a utilização de fontes diferentes e de diferentes cores, os diversos níveis de texto presentes. Entretanto, não se pode deixar que essa “[...] liberdade deixe que caprichos e extravagâncias acabem ditando o design das páginas individualmente.”³⁴ (HUTT; JAMES, 1989, p.71). Afinal de contas, a tipografia dá a um jornal sua identidade. Ela é o que faz com que você identifique dois jornais diferentes sem nem ver seus nomes. A escolha dos tipos, especialmente na capa, é o que faz com que nenhum jornal no mundo seja igual.

Ainda no sentido da identidade, cabe salientar a importância do logotipo do jornal. Seus assuntos e sua diagramação são, para Mouillaud (1997), os aspectos que garantem identidade ao periódico diante de suas inúmeras edições. A confecção do nome do impresso a partir do uso da tipografia tem a intenção de gravá-lo de um modo memorável, criando uma imagem distinta (LUPTON, 2006). O logotipo do veículo, em inglês *flag* (bandeira), é uma das mais antigas tradições jornalísticas e pode ser encontrado no topo central da primeira página,

³³ Do original: “A Page of print set in italics does look formidable and difficult to read”.

³⁴ Do original: “[...] freedom that allows whim and fancy to dictate design of individual pages.”

embora alguns jornais já tenham experimentado colocá-lo nos cantos da parte superior da capa ou até mesmo na parte inferior.

Os logotipos dos veículos, conforme Finberg e Itule (1989), dificilmente sofrem modificações ao longo do tempo, por serem considerados elementos essenciais para que o público relacione um exemplar de determinado periódico a todo o passado que aquele jornal possui. Essa afirmação explicaria, o fato de alguns nomes de jornal serem escritos com estilos de tipografia mais antigos. Pois para eles, “quando o cabeçalho é alterado, ou pelo menos modernizado, é porque o jornal vai passar por uma reforma gráfica para mudar sua imagem.”³⁵ (FINBERG; ITULE, 1989, p.56).

Mouillaud (1997, p. 85) descreve o nome do jornal como “um enunciado que é ao mesmo tempo mínimo e dominante.” Para o autor, os lugares do impresso onde o logotipo aparece não poderiam ter esse item suprimido, pois o sentido do mesmo fatalmente se perderia. Entretanto, o teórico vai dizer que o nome do jornal só é objeto de leitura enquanto se encontra em concorrência com exemplares de outras empresas jornalísticas, passando a ser seu envelope quando o consumidor, por meio de sua escolha, o retira dessa “competição”.

O título é o local-suporte do modelo desaparecido. O nome-de-jornal, anulando a diferença dos exemplares, faz desta uma diferença insignificante que não diz respeito ao jornal em si. Percebe-se que o nome-de-jornal funciona de maneira oposta no paradigma dos jornais e na série dos exemplares. No paradigma, ele identifica o jornal por sua diferença com relação a todos os demais; na série, ele é um grampo que junta todos os exemplares. (MOUILLAUD,1997, p.87)

Ao usar a expressão “envelope”, Mouillaud faz menção à pressuposição do leitor de que encontrará nas páginas do veículo que comprou certos enunciados, garantindo àquela edição coerência e continuidade em relação à coleção formada pelos exemplares, com esse mesmo logotipo, que foram publicados nos dias anteriores.

4.2.2 Imagens

A imagem foi um dos primeiros elementos a ser usado nos periódicos junto com as palavras. Antes da cor, muito antes da fotografia e antes de qualquer tipo de gráfico, as páginas de jornal já exibiam ilustrações. Os recursos visuais do início do jornalismo não ofereciam muitas opções aos editores, o que faz com que essas primeiras tentativas de ilustrar as matérias pareçam extremamente rudimentares aos olhos dos leitores de hoje. Elas

³⁵ Do original: “When the nameplate is changed, or at least modernized, it is because the newspaper is going through a redesign to change its image”.

representam, no entanto, uma primeira experiência dos jornais buscando mostrar aos leitores lugares, pessoas e eventos.

Com o uso das ilustrações na página, iniciou-se a ideia de quebrar os blocos cinza de texto. As imagens eram um recurso de design para suavizar o visual pesado das muitas colunas. Os primeiros desenhos usados no jornalismo quase nunca tratavam de fatos noticiosos, pois o processo de produção e impressão, quase artesanal, deixava o procedimento lento e trabalhoso. Os tipógrafos usavam "[...] imagens espelhadas de letras ornamentadas, símbolos ou desenhos esculpidos à mão em pequenos blocos de madeira e colocados na página junto com o resto do tipo móvel"³⁶ (FINBERG e ITULE, 1989, p. 231). As ilustrações costumavam ser pequenas e sem muita relação com o que estava escrito.

A partir dos anos 1880, com o uso de prensas cilíndricas de metal, foi possível a publicação de gravuras nos jornais. Assim, os cortes em madeira foram abandonados e o trabalho que levava dias, passou a demandar algumas horas. Segundo Finberg e Itule (1989), o jornal "New York World", do norte-americano Joseph Pulitzer, foi o primeiro a publicar ilustrações com os rostos de personagens importantes da política e da sociedade nova iorquina. A publicação de "ilustrações" de pessoas aumentou a circulação da publicação e isso fez com que outras adotassem a técnica, popularizando os trabalhos dos desenhistas no jornalismo. Assim, tornou-se muito comum o uso de desenhos acompanhando matérias importantes, como relatos de guerra e outras notícias diárias. Com a invenção da fotografia e o desenvolvimentos de técnicas que permitiram sua reprodução impressa, os desenhos foram perdendo espaço e muitos dos profissionais da área acabaram trabalhando realizando retoques à mão em imagens fotográficas

Nas redações de hoje, os desenhistas, ilustradores ou artistas gráficos seguem trabalhando nos jornais. A função da ilustração é, contudo, bem diferente. A fotografia, mesmo quando meramente ilustrativa, passou a ser fator de maior credibilidade nos jornais, deixando as ilustrações muito mais ligadas ao humor, editoriais ou a matérias de cadernos.

O desenho perdeu espaço nas capas de jornal, principalmente por poder dar à primeira página ares de cartum. "Outro aspecto é o da ilustração como visão pessoal. Muitas vezes o designer recorre a um ilustrador para apresentar uma visão pessoal ou uma interpretação a fim de complementar um determinado texto ou publicação" (FUENTES, 2006, p. 83). Assim, é muito mais comum vê-la relacionada a conteúdos opinativos ou de variedades. Pois para ilustrar esse tipo de matéria, de acordo com Finberg e Itule (1989), é de suma importância que

³⁶ Do original: "[...] "reversed images of fancy letters, symbols or drawings carved by hand on small wooden blocks and then placed onto a page with the rest of the movable type."

o artista consiga entender e expressar a mensagem oculta em um determinado assunto, o que nem sempre se consegue através da fotografia.

O caminho da foto até as páginas dos jornais, no entanto, foi árduo. Logo que se começou a utilizar este recurso, muitos repórteres e editores acreditavam que era apenas mais um desperdício de tempo e dinheiro. Ilustradores viam o recurso fotográfico com desdém, pois acreditavam que os leitores "preferiam as interpretações artísticas vivas e claras de um evento às imagens imprecisas e, às vezes, desfocadas das retículas"³⁷ (FINBERG e ITULE, 1989, p. 183). No entanto, no início dos anos 1900, contrariando as expectativas dos ilustradores, a fotografia passou a ser reconhecida com um recurso que ajudava a aumentar a circulação. Nesta época, "o advento da fotografia foi sem dúvida um fator fundamental no salto da qualidade das publicações periódicas ao incluí-la em seu aspecto mais técnico como ferramenta, através de múltiplas técnicas de fotogravura" (FUENTES, 2006, p. 85). Os retratos conferiam mais fidedignidade aos fatos reportados pelos jornais.

Segundo, Fuentes (2006), sua utilização nas páginas de jornal se dá em dois segmentos fundamentais: como registro documental e como ilustração de matérias. O aprimoramento das técnicas, com o desenvolvimento de câmeras portáteis como a Leica, que usavam filme de 35mm capaz de tirar várias fotos sem a necessidade de trocar o filme, deu mais força ao fotojornalismo. Com essa tecnologia ficou cada vez mais fácil fotografar qualquer evento e publicar no jornal. Assim, cresceu a demanda por boas imagens o que aumentou a cobrança com os profissionais e criou-se um momento em que "muitos jornais começaram a reconhecer que as fotos são ferramentas comunicativas poderosas e que os fotógrafos eram são aliados no processo jornalístico"³⁸ (FINBERG; ITULE, 1989, p. 189). Dessa forma as fotografias conquistaram espaço nos impressos que hoje são muito mais imagéticos e ilustrados do que antigamente.

Os avanços tecnológicos, obviamente, têm relação com esse fato. Depois da Leica, as câmeras foram se modernizando e ficando menores. As máquinas digitais aceleraram os processos por não demandarem revelação. Mesmo que o fotógrafo esteja do outro lado do mundo, as imagens vistas na tela da câmera chegam à redação em questão de minutos por e-mail. E mesmo que o jornal não tenha equipe em um local onde uma notícia relevante acontece, isso não significa que ele não terá o registro imagético do fato, as agências

³⁷ Do original: "preferred crisp, clear artistic interpretations of an event over the fuzzy, sometimes unclear halftones."

³⁸ Do original:

disponibilizam fotos quase que instantaneamente em seus sites. Essa facilidade na geração, reprodução e de imagens flexibilizou algumas práticas jornalísticas:

O conceito de edição da fotografia se amplia e compreende hoje não apenas o trabalho de recorte do quadro e a sua inserção na página de uma revista, mas também a manipulação dos elementos constitutivos da própria imagem, até mesmo no nível de resolução do grão mais elementar de informação: o pixel. (MACHADO, 1997, p. 242)

A tecnologia, hoje, avançou de tal forma que possibilita retocar e até alterar fotografias digitalmente. Além disso, com o barateamento do equipamento fotográfico digital e a popularidade de celulares com câmeras embutidas, qualquer cidadão pode registrar fatos. O fotojornalismo tem seu espaço assegurado, ele ajuda a dar mais credibilidade às matérias e, com certeza, é um dos aspectos que mais atrai o olhar do leitor, mas os desafios dos fotógrafos agora são outros. Produzir conteúdos imagéticos diferenciados, chamativos e não apelativos e de maneira rápida.

Buscando ainda mais recursos para atrair o olhar do leitor, surgiram os infográficos. Eles são representações visuais da informação e podem misturar ilustração, fotografia e texto. A infografia é muito usada nos jornais para descrever como determinado fato aconteceu e quais seus desdobramentos. A técnica, segundo Fuentes (2006), veio para suprir necessidade de exemplificar ou mostrar sistemas ou processos que, por suas características ou complexidade não podem ser "vistos" facilmente pelos leitores. Hoje, o estado avançado do designs permite executar os infográficos mais completos e elaborados. O início do uso da técnica, no entanto, tratava de diagramas, mapas e gráficos.

Esta forma de expressar dados é muito apropriada para divulgação de resultados estatísticos, por facilitar o entendimento das informações. De acordo com Finberg e Itule (1989), dispostos desta maneira gráfica, a chance de que fique no leitor uma impressão duradoura é muito maior. Para Fuentes (2006), a função elementar desta linguagem é a capacidade de transmissão de conhecimentos. Afinal, ela existe para simplificar e exemplificar situações que ficariam difíceis de compreender apenas com o texto.

As imagens são atualmente peça fundamental da diagramação jornalística. Elas funcionam como um dos principais elementos de atração do olhar e passam informação além das palavras. O seu uso é cada vez mais valorizado e difundido, pois elas ajudam a hierarquizar a página, evidenciando quais as notícias mais importantes.

4.2.3 Cor e outros recursos

Quando se imprimiu os primeiros jornais, as cores dominantes na página eram o preto e o branco. A possibilidade de ter-se páginas coloridas era, naquela época, um sonho distante. Os destaques tinham de ser feitos balanceando a quantidade de texto e espaço livre em lauda. Hoje, mais do que nunca, leva-se muito em conta a necessidade de equilíbrio entre o espaço ocupado nas páginas e o espaço em branco. Apesar da possibilidade que a tecnologia trouxe viabilizando a impressão a cores, o espaço vazio, chamado de branco, ainda se mantém como um dos principais elementos do trabalho gráfico.

Diferente da mancha tipográfica clássica e conservadora, que era é retangular, maciça, densa e ocupada em uma grande área da página, deixando vazias apenas as margens, o design de hoje valoriza o uso do branco. Silva entende como branco "todos os espaços e a disposição do arranjo tipográfico" e como preto "o grafismo impresso, não havendo qualquer distinção entre as cores tanto do suporte branco quanto da linha impressa utilizada" (1985, p. 32). O espaço vazio faz parte da página e é muito utilizado como recurso estético para dar respiro e leveza.

A valorização do branco representa o espaço de circulação das ideias do leitor e os fluxos, os caminhos deixados pelo designer. O branco proporcionado compensa a 'perda de espaço' com páginas mais arrojadas e agradáveis aos olhos. Silva (1985) ainda define o texto sobre o branco, como um efeito positivo, e o contrário como um efeito negativo. Por ter sua posição invertida, isto é, de forma negativa, e provocar dificuldade e cansaço no movimento ótico. Assim, é recomendável sua utilização de forma restrita, em áreas apropriadas para que seu efeito visual seja satisfatório e atinja o objetivo como expressão plástica, em benefício da legibilidade, afinal:

[...] qualquer elemento de uma página significa alguma coisa – até mesmo o não-elemento, representado pelo espaço em branco. Um exemplo explícito e doméstico é a experiência então revolucionária do Suplemento Dominical do Jornal do Brasil, que na virada dos anos 50 para os 60 teve como um de seus principais elementos significantes justamente o uso intermitente dos "brancos" (VILLAS-BOAS, 2000. p.35)

O gerenciamento dos espaços vazios se tornou tão importante, pois percebeu-se que o que não é ocupado pelo texto também tem significado. Além disso, segundo Garcia (1987), ele ajuda a guiar o olhar do leitor em qualquer direção que o conteúdo desejar. Afinal, quando o designer deixa brancos ao redor de uma foto, por exemplo, ele acaba criando uma margem nova na página. Desta maneira, cria-se a possibilidade de jogar com essas novas margens de

maneira simétrica ou assimétrica, deixando a lauda mais atrativa visualmente com equilíbrio entre o espaço da mancha ocupado com texto e o espaço em branco.

Com avanços tecnológicos, que melhoraram a qualidade da impressão, ficou possível também fazer uso da cor nas páginas. Alguns jornais norte-americanos, como o The New York Times e The Wall Street Journal, são predominantemente em preto e branco, mas essas são duas exceções no design jornalístico moderno. Para a maioria das pessoas, é praticamente impossível imaginar um jornal completamente sem cor. No início, começou-se aplicando as cores somente na capa e em poucos elementos. A utilização foi primeiro nos logotipos. O aprimoramento das técnicas possibilitou ter fotos coloridas de qualidade e, assim, gradativamente a cor foi migrando para outros elementos de destaque na primeira página: títulos, cartolas, boxes e selos.

O barateamento da impressão fez com que os jornais passassem a usar cor também nos cadernos e, hoje, a maior parte deles tem grande parte da edição colorida. Foi-se percebendo que, também nos impressos, o emprego das cores poderia desempenhar diversos papéis. Elas podem exercer diferentes funções que ajudam a complementar visualmente o sentido das palavras. Guimarães (2003) definiu essas funções que elas podem assumir como:

[...] uma que compreende as sintaxes e as relações taxionômicas, cujos princípios de organização são paradigmáticos, como organizar, chamar a atenção, destacar, criar planos de percepção, hierarquizar informações, direcionar a leitura, etc., e outra que compreende as relações semânticas, como ambientar, simbolizar, conotar ou denotar. (2003, p. 29)

Nas capas, por exemplo, este elemento é de suma importância, pois faz com que o jornal se destaque entre os demais. Justamente por enfatizar certos elementos da edição, elas se antecipam às formas e aos textos e atraem os olhos do leitor para onde estão. Guimarães (2003, p. 37) afirma que o emprego deste recurso é fundamental para a hierarquia da página: "quanto maior o potencial de informação das cores [...] maior será a antecipação da informação cromática em relação a outros elementos. [...] As cores irão informar, em primeira mão, qual é a principal notícia da edição.". Por isso, a cor deve sempre ser usada com muita cautela. Por mais que nem percebamos, já possuímos um significado para cada cor introjetado em nossa subjetividade.

Isso é o que torna o emprego das cores, por vezes, um aspecto delicado. As associações que se faz com cada matiz são um julgamento estritamente subjetivo e podem variar em cada região de um país. No Rio Grande do Sul, por exemplo, o vermelho e o azul estarão sempre associados aos dois principais times de futebol do Estado. Diagramadores de páginas de esporte tomam sempre um cuidado extra ao utilizar qualquer variante dessas duas tonalidades

nas páginas. Além disso, para Garcia (1987), é importante ter em mente que quando se coloca uma mesma cor em diferentes elementos de uma página, corre-se o risco do leitor relacionar esses dois conteúdos, mesmo que eles não tenham ligação alguma. Pois o uso das mesmas matizes gera uma tendência a conectar os assuntos.

Outro aspecto interessante, que deve ser levado em conta, é o efeito visual que cada tonalidade traz à página. Ao estruturar o projeto gráfico, o designer deve considerar quais as implicações que ele quer na página ao escolher a palheta de cores do jornal. Pois "as cores claras e quentes ampliam a superfície do suporte, diminuindo a sensação de peso. O inverso acontece com as cores escuras e frias" (COLLARO, 2000, p. 76). As cores, além do gerenciamento do uso dos espaços brancos na página, também contribuem para a organização e para o ganho de respiro nas páginas de jornal.

Uma outra prática que ajudou no aumento de espaços brancos nas páginas foi a diminuição no uso de fios e filetes entre colunas. Esses elementos são traços usados para separar matérias, fotos ou como destaque, hoje, tidos como antiquados. Até os anos 1950, esse recurso era amplamente utilizado pelos jornais brasileiros. Atualmente, acredita-se que a melhor forma de separar duas colunas é o próprio intervalo entre elas. Fios e filetes não mais são necessários porque o design moderno conta com outros elementos para criação de sentido e uma maior racionalização no uso dos recursos para que eles tenham, de acordo com Collaro (2000), uma função coerente com as necessidades visuais que ajude a cumprir o papel gráfico e editorial da página. Da mesma forma que alguns elementos caíram em certo desuso para que a página ficasse mais limpa e informativa, outros foram criados.

Hoje, são usados recursos diferenciados para organizar a informação. Não é incomum ver jornais que criam selos, logotipos com imagens ou palavras empregados para demarcar matérias parte de séries. Eles também são muito utilizados para chamar a atenção para informações relacionadas a um assunto específico como serviços ou outros temas recorrentes no jornal. Os selos ajudam o leitor a encontrar o que procura mais fácil e rapidamente.

Já os boxes são quadros separados por cores ou filetes. Anteriormente, este recurso era muito usado para dar destaque a matérias pequenas, "a fim de dramatizar o conteúdo, jornalisticamente falando" (COLLARO, 2000, p.149). Hoje, é mais comum que, neles, o leitor encontre detalhes importantes pertinentes às histórias publicadas na mesma página, que merecem estar destacados. Pois a cercadura de mais de um artigo por lauda pode trazer desequilíbrio e confusão visual. Além destes, existem diversos outros recursos usados para atrair a atenção do leitor. Neste trabalho, privilegiamos elementos que aparecem nas capas, já estas serão nosso objeto de análise no capítulo cinco.

4.3 CRITÉRIOS COMPOSITIVOS

Para aplicar os elementos na página de maneira coerente e efetiva, o diagramador deve ter conhecimento de que toda composição constitui, por si mesma, uma mensagem destinada a destacar cada uma de suas partes, dando-lhe um sentido global e vários sentidos secundários. O sentido dos recursos gráficos presentes no jornal coexiste com o sentido semântico do próprio texto. Primeiro olhamos, depois decodificamos as informações que ele nos apresenta. Como explica Silva (1985, p. 43)

a diagramação é o projeto, a configuração gráfica de uma mensagem colocada em determinado campo (página, livro, revista, cartaz), que serve de modelo para a sua produção em série. A preocupação do programador visual, e, conseqüentemente, sua tarefa específica, é dar a tais mensagens a devida estrutura visual a fim de que o leitor possa discernir, rápida e confortavelmente, aquilo que para ele representa algum interesse.

No projeto gráfico, pode-se conscientemente despertar a atenção do leitor e direcionar o seu olhar. Estudos iniciados em 1910, pela corrente da psicologia alemã chamada psicologia da Gestalt, ou psicologia da forma, evidenciaram que o todo é interpretado de maneira diferente que a soma de suas partes, Vela (1998, p. 5) explica que

[...] para a Gestalt, nossa percepção está estreitamente relacionada com as forças integradoras do processo fisiológico cerebral. Para justificar tais forças, atribui ao sistema nervoso central um dinamismo auto-regulador que, ao procurar sua própria estabilidade, tende a organizar as formas em “todos” coerentes e unificados. Essas organizações são independentes de qualquer aprendizado.

Os principais fatores ou leis consideradas pela Gestalt são **proximidade** – recursos (cor, forma, tamanho, direção, etc.) são agrupados de acordo com a distância a que se encontram uns dos outros. Quando mais perto de outros numa região, mais tendem a ser percebidos como um grupo –, **semelhança** – acontecimentos que são similares se agruparão entre si –, **continuidade** – objetos que se organizam com fluidez visual, sem quebras ou interrupções. O fato de encontrarmos certos elementos sempre no mesmo lugar, marcados com a mesma cor ou na mesma disposição é um sinal de boa continuação –, **fechamento** – elementos são agrupados se eles parecem se completar, pois nossa mente vê um objeto completo mesmo quando não há um – e **pregnância ou boa Gestalt** – chamada também de lei da simplicidade. Ela dita que objetos em um ambiente são vistos da forma mais simples possíveis. Quanto mais simples, mais facilmente são assimilados. Ainda há autores que consideram a lei da pregnância como abrangente da continuidade e do fechamento, e ainda incluem dentro dela outras variantes como simetria ou regularidade e coerência estrutural.

Os cuidados com esses aspectos são de grande importância para a identidade gráfica. A estrutura padrão mantida por eles faz com o jornal seja mais facilmente reconhecido pelos

leitores, mesmo se visto de longe. Mario Garcia (1987) define este fato como personalidade gráfica, ou seja, o jornal se parece com ele mesmo. Nesta padronização, a capa é a que tem maior peso, para que o leitor identifique imediatamente a publicação. Elementos gráficos como o cabeçalho e outros elementos fixos mantêm a continuidade, pois a primeira página indica o estilo do jornal. É sua apresentação. Esse mesmo princípio de continuidade aplica-se a elementos como filetes, legendas, tipos, formato de colunas, etc.

A composição é um processo elaborado que é crucial para a resolução dos problemas visuais. Dispor os elementos de forma ordenada na página é o que Dondis (1997) chama de sintaxe visual. Ainda que não existam regras absolutas para abordar o processo de composição, há certo grau de compreensão dos efeitos provocados por elas. Para o autor, isso fica evidente, pois existem: linhas gerais para a criação de composições, que têm seu embasamento nos princípios perceptivos; elementos básicos que podem ser aprendidos e compreendidos; técnicas para a criação de mensagem claras e que podem ser usadas, em conjunto com os elementos visuais.

No caso dos fatores que afetam a percepção, além destes estudados pela Gestalt, ainda se pode citar a predileção pelo equilíbrio e as tensões que a sua falta traz como elementos compositivos úteis. Segundo Dondis (1997), equilíbrio é a referência visual mais forte do ser humano, nele está sua base consciente e inconsciente para avaliar. Ao lado desta opção visual, há também a tensão, cuja característica mais importante é a variação complexa e inesperada. A falta de equilíbrio e regularidade é um fator de desorientação. A tensão gerada pelo desequilíbrio é o meio visual mais efetivo para criar um efeito em resposta ao objetivo da mensagem, que tem o poder de transmitir a informação visual.

Ching³⁹ (apud GARCIA, 1987, p. 52) ainda especificou alguns conceitos de composição e organização, comuns tanto à arquitetura e quanto ao design, que o diagramador deve observar para que a leitura não fique prejudicada. São eles:

Eixo é uma linha entre dois pontos no espaço ao redor da qual formas e espaços são organizados. O feitiço do jornal em si já constitui um eixo vertical e horizontal. Este conceito é reforçado pela sua aplicação na forma de bordas ou barras coloridas no papel. Uma manchete ocupando a linha inteira da esquerda para a direita é um exemplo da noção de eixo na página, assim como uma foto ou ilustração.

Simetria diz respeito à distribuição equilibrada dos elementos na página (fotos, branco, texto) posicionados entorno de um eixo comum. A simetria perfeita, no jornalismo, funciona

³⁹ CHING, Francis D. K.. **Architecture: form, space & order**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1979.

bem somente em situações específicas, como cobertura de eleições por exemplo, que exige que os espaço dado aos candidatos seja isonômico. Pois, na verdade, o design assimétrico é muito mais usual por ser menos monótono. Sua característica principal é baseada no contraste de pretos e brancos da página para criar pontos de quebra e diferenciação.

Hierarquia é um conceito que lida basicamente com a importância ou o significado específico de uma forma ou espaço pelo seu tamanho, forma ou disposição. De todos os princípios de organização citados, este é, talvez, o mais importante. Antes que qualquer elemento seja posicionado, o editor precisa sentar e estudar quais são os conteúdos disponíveis e articular uma ordem de distribuição na página: tamanho de títulos, fotos, ilustrações, critérios de disposição (em cima ou embaixo), etc. Um leitor, ao olhar para o jornal, subconscientemente se dá conta da hierarquia de página baseado na apresentação que é dada a cada elemento nela presente. Hierarquia também pode ser determinada pela forma dos elementos apresentados por qualquer técnica de manipulação usada pelo o designer, como o uso do recorte de silhuetas nas fotos por exemplo.

Ritmo se relaciona com o quão bem os elementos da página se misturam uns com os outros. É a sucessão harmoniosa dos movimentos do layout, como eles são incorporados de uma maneira repetitiva, porém natural. Títulos, fotos e ilustrações aparecem inúmeras vezes ao longo de uma edição, mas como o diagramador os apresenta é que faz toda a diferença para o ritmo.

Observando a quantidade de técnicas e conceitos que devem ser observados ao se desenhar uma página, fica claro que criar graficamente exige qualificação estética aliada a técnicas de execução. O que, num primeiro momento, pode parecer apenas mais uma das muitas restrições à criatividade, mas que, no entanto, é o que aumenta o nível da qualidade do trabalho. Pois, através do conteúdo gráfico pode-se, de certa forma, antecipar a recepção reservada pelo leitor. Afinal, a escolha consciente dos elementos presentes em um projeto gráfico bem elaborado leva em conta esses aspectos cruciais para a formatação das páginas e, como consequência, obtém resultados que podem ser vistos na qualidade visual do jornal.

Nesse capítulo, vimos quais são os recursos elementares do projeto gráfico de um jornal e suas funções, pontuando especialmente os fatores importantes na constituição da capa. Pudemos avaliar os tipos de *grid* existentes e como eles são percebidos pelos leitores, discutindo a importância de uma escolha consciente de tipos. Tratamos da importância da cor e do espaço vazio na página para a legibilidade, observando também o papel das imagens nos periódicos e nos critérios de composição que guiam o layout das publicações. A partir deste

embasamento teórico, partiremos para a análise das 20 capas de Zero Hora selecionadas para este trabalho.

5 O JORNAL ZERO HORA

A partir da pesquisa bibliográfica, por meio da qual estabelecemos o referencial teórico, pudemos conhecer os principais elementos relacionados ao projeto gráfico de jornais. Assim, fomos capazes de sistematizar as categorias que irão orientar nossa análise, que tem como objetivo investigar como o emprego das facilidades trazidas pelos avanços tecnológicos, ocorridos nos último vinte anos, mudou a visualidade do jornal Zero Hora (ZH).

A publicação foi criada em maio de 1964, logo no início da ditadura militar brasileira. Hoje é distribuída em todo o estado do Rio Grande do Sul e é o principal dos oito periódicos do Grupo RBS, empresa que atua em diversos ramos ligados à informação e entretenimento. A circulação do jornal, segundo dados de 2009 do Instituto Verificador de Circulação (IVC), é a sexta do país e a maior do RS. Este motivo foi a principal razão da escolha deste periódico para análise e evidencia sua relevância no Estado. Além disso, a proximidade regional facilitou a coleta dos exemplares para análise.

Outro aspecto que norteou a escolha diz respeito aos avanços tecnológicos marcando e transformando a redação deste jornal de maneira bem acentuada e possível de se identificar na história. Recchia (2010) define estes períodos como: redação analógica, redação informatizada e redação integrada. O primeiro momento vai até o ano de 1988, quando as máquinas de escrever foram aposentadas e a fotografia analógica, usando filme e químicos para a revelação, ainda era dominante. A redação informatizada compreende a entrada dos computadores na rotina dos jornalistas, que trouxe também a primeira grande reforma gráfica do jornal em 1989. Neste período, há também todo o processo de adaptação ao uso dos computadores e o início da fotografia digital. Em 2007, configurou-se a redação integrada.

Em setembro deste mesmo ano, a RBS lançou o portal zerohora.com que trouxe jornalistas do meio online para junto dos que trabalhavam exclusivamente para o jornal papel.

Levando em conta estas considerações, elegemos o período de estudo das capas do jornal como sendo entre 1990 e 2010, por ser um intervalo temporal que retrata bem as mudanças ocorridas na redação em função de inovações técnicas. Para facilitar o trabalho, que é apenas um primeiro estudo sobre o assunto, decidimos usar uma capa de cada ano para que tivéssemos uma visão geral de como se alterou a diagramação da primeira página do jornal no decorrer do período. Escolhemos aleatoriamente o dia 1º de março para todas as capas por já ser quando o ano, de fato, inicia passadas as datas comemorativas de fim de ano e as férias.

5.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Depois de concluída a fundamentação do trabalho, baseados no referencial exposto nos capítulos anteriores e de posse das vinte capas escolhidas, realizamos primeiramente uma análise exploratória do material. Buscamos fazer uma avaliação inicial da presença os elementos identificados teoricamente e sua incorporação no projeto gráfico das edições. Além disso, procuramos por indícios de determinadas linhas comuns de tratamento visual que pudessem indicar princípios similares de paginação. A partir deste contato preliminar com o material, iniciamos a confecção de uma tabela para uma análise quantitativa das capas, priorizando a presença ou ausência de recursos gráficos específicos. Com ela em mãos, partimos para um levantamento detalhado de cada uma das capas. Ao iniciarmos essa etapa, constatamos que, por o material variar bastante de ano para ano, a tabela precisava ser revista. As categorias ali enumeradas não conseguiam contemplar a quantidade de mudanças que aconteciam de um ano para o outro, assim como a adição de novos elementos. Cada nova alteração acarretaria uma material com vários desdobramentos que seriam utilizados para apenas um exemplar por ano. Assim, compreendemos que os quadros deveriam tratar das capas de uma mas mais generalista, a fim de evitar o excesso de dados minuciosos, o que dificultaria a análise interpretativa dos dados e tiraria a atenção dos elementos principais com preciosismos.

Além disso, considerando que a página é uma unidade em que cada elemento assume significação na sua relação com os outros, essa primeira etapa serviu como base para uma análise qualitativa fundada em critérios compositivos e valores do campo jornalístico quanto à apresentação de informações. Desta forma, fechamos a tabela no seguinte modelo (Tabela 1):

Zero Hora	ano:	Materias:	
ÁREA	Comercial:		
	Editorial	Logo Imagem Texto	
GRID	Colunas	SELETA SANS NORMAL BOLD ITALICO PB COR CN ALTA CN. BAIXA SOBRE IMAG SOBRE FUNDO OUTROS	
	Manchete Principal		
NÍVEIS TEXTOS	Linha de apoio		
	Manchete secundária		
	Manchete terciária		
	Manchete quaternária		
	Corpo do texto		
	Título cham. menores		
	Cartola		
	Chamada p/ página		
	Chamada p/ caderno		
	Legenda		
IMAGEM	Foto Principal	Horizont Vert Quad C/Borda	
	Ilustração 1	Horizont	Horizont
		Vert	Vert
	Ilustração 2	Horizont	Horizont
		Vert	Vert
	Ilustração 3	Horizont	Horizont
		Vert	Vert
	Ilustração 4	Horizont	Horizont
		Vert	Vert
	Ilustração 5	Horizont	Horizont
Vert		Vert	
OUTROS ELEMENTOS	Tarja	Imagem Fundo Texto Cor	
	Selo 1	Selo 1	
		Selo 2	
	Fio horizontal	Fio horizontal al 1	Grosso Fino Cor PB
		Fio vertical 1	Grosso Fino Cor PB
	Fio horizontal al 2	Fio horizontal al 2	Grosso Fino Cor PB
		Fio vertical 2	Grosso Fino Cor PB
	Fio horizontal al 3	Fio horizontal al 3	Grosso Fino Cor PB
		Fio vertical 3	Grosso Fino Cor PB
	Fio horizontal al 4	Fio horizontal al 4	Grosso Fino Cor PB
Fio vertical 4		Grosso Fino Cor PB	

Tabela 1: Tabela final desenvolvida para a análise quantitativa

Na tabela, separamos a informação gráfica de cada uma das capas em cinco diferentes esferas gerais: área, *grid*, níveis de texto, imagem e outros elementos. A área subdividimos em editorial (logo, imagem e texto) e comercial. Medimos a área total da capa em centímetros e, de acordo com os elementos encontrados, fomos mapeando a porcentagem que cada um deles

ocupava na página. Para avaliar o *grid*, consideramos a quantidade de colunas usadas em cada uma das capas escolhidas.

A partir do nível de texto, incluímos mais subdivisões na tabela. Para qualquer fosse o texto encontrado, buscamos definir algumas características quanto à fonte – com serifa, sem serifa (sans), normal, negrito, ou itálico –, quanto à cor – preto e branco (PB) ou colorido –, quanto ao tipo de composição – caixa alta ou caixa baixa –, quanto a relação texto/fundo – se estava sobre imagem ou sobre fundo. A categoria “outros” foi incorporada à última coluna como um recurso para que se pudesse comentar dados relevantes que de alguma forma não fossem contemplados pela tabela. Um caso recorrente é o dos boxes.

Podemos classificar como box áreas cercadas por fios e/ou fundos que reúnem conjuntos de informações, indicando que estes elementos pertencem a um mesmo assunto, uma mesma categoria. Na análise quantitativa das capas, percebemos que este é um recurso muito utilizado na diagramação do jornal Zero Hora. No entanto, ele é usado de tantas formas diferentes e ganha tanta importância em alguns exemplares, que preferimos, na tabela, apenas indicar seu aparecimento e deixar para comentá-lo com maior profundidade na análise qualitativa.

Depois de indicadas as categorias que usamos para classificar os níveis de texto, enumeramos quais seriam esses níveis hierárquicos levados em consideração neste trabalho. Qualificamos as manchetes em quatro tipos distintos: principal, secundária, terciária e quaternária. Para que um determinado texto fosse classificado como manchete, ele precisava estar diferenciado dos outros elementos da página. Como principal, categorizamos o elemento que mais chamava atenção na capa por possuir: destaque no tamanho das letras, grande área ocupada, linha de apoio e/ou texto explicativo. A linha de apoio é uma frase que acompanha a manchete, além do corpo do texto. A manchete secundária é geralmente o elemento que ganha destaque por estar acompanhado da maior foto da página. Manchete terciária e quaternária se destacam das demais notas pelo tamanho ou por estarem dentro boxes coloridos. Manchetes dispostas da mesma maneira na página ou exatamente do mesmo tamanho foram classificadas como de mesma importância. Também rotulamos nas páginas o corpo texto, chamadas menores, chamadas para cadernos, cartola, chamada para página e legenda.

Quanto à imagem, levamos em consideração fotos e ilustrações. Elas foram divididas, quanto à importância, em principal, dois, três, quatro, e cinco e, na sua classificação, levamos em conta aspectos da disposição em página e/ou tipo de corte. Avaliamos se elas eram horizontais, verticais, quadradas e se tinham algum tipo de borda (linha fina ou grossa que ‘emoldura’ o elemento). Como ilustração, consideramos todos os elementos imagéticos

ilustrativos que não fossem fotojornalismo. Além disso, nos comentários, frisamos se a imagem principal acompanhava a manchete principal ou não.

Nos outros elementos, avaliamos a presença de tarjas, linhas grossas coloridas ou não presentes para demarcar espaço ou guiar o olhar. Também atentamos para a presença de selos, que são figuras com fundo, foto ou ilustração usadas para chamar determinados assuntos que se repetem no jornal, como matérias especiais, eventos ou serviços (Figura 9). Por último, avaliamos a presença de fios, linhas grossas ou finas usadas para delimitar espaço ou agregar elementos. Com a tabela em mãos, partimos para a análise das capas, como se pode ver na capa de 1º de março de 2005 (Figura 10):



Figura 9: exemplos de selos usados nas edições de 1º de março de 1990 e 2008 respectivamente

Câmara se prepara para votar lei dos transgênicos e das células-tronco

Manchete Principal

Mais de um ano depois de ser votado na Câmara dos Deputados, o projeto que libera o plantio de transgênicos e a pesquisa com células-tronco embrionárias volta hoje à pauta da Casa. A proposta de Lei de Biossegurança foi colocada entre as prioridades pelo presidente da Câmara, Severino Cavalcanti (PP-PE), que, por motivos religiosos, se opõe aos experimentos com embriões. Combatida pela Igreja, o pro-

Corpo do Texto

jeto é apoiado por cientistas e por portadores de deficiência.

Outro aspecto polêmico é o que trata da liberação dos transgênicos. O Rio Grande do Sul é responsável por mais de 88% da produção de soja transgênica do país, e os produtores gaúchos que usam a semente modificada sem amparo legal aguardam há sete anos por uma solução para o impasse com o governo federal. **Páginas 6 e 8**

LEÃO Cartola

Receita recebe a partir de hoje a declaração do IR

Chamada menor

Programa estará disponível na Internet, no site www.receita.fazenda.gov.br, às 9h desta terça-feira. **Página 16**

Foto

A consagração de um guri

Manchete Quaternária



Clint Eastwood, 74 anos (na foto com a mãe, de 96), levou quatro Oscar e avisou que ainda tem muito a fazer no cinema. **Segundo Caderno**

Terror ataca fila de desempregados

Manchete Secundária



Foto Principal

Pelo menos 125 pessoas morreram em Hilla, no Iraque, no pior atentado desde a queda de Saddam Hussein. **Páginas 4 e 5**

Legenda

EUA citam casos contra os direitos humanos no RS

Manchete Terciária

Página 33 Chamada p/ página

1,5 milhão de estudantes voltam às aulas no Estado

Página 29

Casa&Cia
Preparativos para a **Mostra Casa&Cia 2005**
Sugestões para não desperdiçar água

Viagem box
Roteiros para a **Semana Santa**

Chamada p/ Caderno

POLÊMICA

Mulher pode ou não ser juíza de futebol?

Tite, demitido ontem pelo Corinthians, disse que mulheres não têm condições para jogar importantes. **Esportes**

Figura 10: Capa da amostra exemplificando (em vermelho) elementos levados em consideração para análise quantitativa.

Realizada a análise quantitativa de cada uma das primeiras páginas, deparamo-nos com vinte tabelas diferentes com dados relevantes sobre a história gráfica das capas do jornal Zero Hora (todas as tabelas preenchidas podem ser encontradas nos apêndices p.104 – 124).

Cruzamos dados relevantes das tabelas para a produção de gráficos explicativos sobre aspectos importantes vistos na análise quantitativa, que servem de base para as inferências apresentadas na análise qualitativa. Esta foi baseada na observação do material e no dados descobertos através da organização dos resultados quantitativos, apoiados no referencial teórico exposto nos capítulos anteriores.

5.2 BREVE HISTÓRIA DO JORNAL

Antes de se passar à análise propriamente dita, é importante entender o contexto histórico em que o jornal avaliado se insere. Afinal, Zero Hora é um jornal tabloide, que apesar dos valores pejorativos agregados ao formato especialmente no centro do País, visa um público mais letrado no contexto gaúcho. A primeira edição de ZH circulou em uma tarde de 1964. O jornal foi fundado por quatro empresários da área da indústria e comércio para ocupar o lugar deixado pelo popular Última Hora, que fechou em abril do mesmo ano. A primeira edição tinha 24 páginas e, em sua capa, estampava um editorial tratando de como seria sua linha. Durante a década de 1960, o controle acionário de ZH foi de apenas uma pessoa, Ary de Carvalho. O novo dono enfrentou diversas dificuldades financeiras por conta do lento retorno dos investimentos no jornal. A compra de uma rotativa, em 1965, e de um terreno na avenida Ipiranga para a nova sede – até então, o jornal se baseava no centro de Porto Alegre, na rua Sete de Setembro – resultaram no aumento das dívidas.

No ano de 1965, os irmãos Jayme e Maurício Sirotsky adquiriram metade das ações e passaram a ser sócios de Ary Carvalho. Três anos depois, o jornal já circulava em 110 municípios gaúchos. A falta de estrutura gráfica dificultava a expansão. No fim da década, Zero Hora adquiriu uma nova "rotativa que permitiu a impressão em offset, e mudou-se para a nova sede na Avenida Ipiranga." (RBS, 2007, p. 68). Os investimentos, no entanto, ainda não traziam o retorno esperado. O jornal, na época, "era o quarto em circulação no Estado, atrás do Correio do Povo, da Folha da Tarde e do Diário de Notícias". (RBS, 2007, p.68). O novo equipamento, no entanto, trouxe novas esperanças: rodava 15 mil exemplares por hora e possibilitava a impressão colorida da capa, contracapa e outras páginas internas.

Em 30 de abril de 1970, os irmãos Sirotsky compram as ações do terceiro sócio e se tornaram os únicos donos do jornal. A crise financeira, contudo, não foi amenizada até a adoção de uma gestão empresarial feroz que visava aumentar lucros e cortar todos os custos possíveis. Dois anos mais tarde, ZH comprou novas rotativas que possibilitaram a impressão mais rápida, tornando viável que o jornal saísse também aos domingos. Neste mesmo ano,

uma inundação alagou o parque gráfico e, em 1973, um incêndio atingiu a redação e parte do arquivo. Apesar dos acidentes, o jornal continuou sendo produzido e saiu, inclusive, nesses dias atribulados.

As primeiras mudanças gráficas aconteceram em 1974, quando o jornal alterou aspectos da sua capa, buscando se dissociar da imagem do Última Hora e do caráter apelativo que ele tinha. Assim, as manchetes sensacionalistas foram abolidas. O próprio logo do jornal foi modificado, adotou-se o padrão de fundo preto com letras brancas. Anteriormente, ele era com letras brancas num fundo azul ou vice-versa. "A partir de 1975, ZH assume a liderança na venda avulsa no Estado, como resultado de investimentos nas áreas comerciais e de distribuição. E quatro anos depois, implanta os cadernos de anúncios classificados." (RBS, 2007, p. 71). Este caderno só foi possível porque, em 1978, a empresa substituiu a rotativa Urbanite por outra Gross, que tinha o dobro da capacidade da máquina antiga e permitiu inclusive que Zero Hora começasse a prestar serviço de impressão para outros jornais. A empresa estava se firmando como uma das maiores do Estado e do País.

Até este ponto, o trabalho de diagramar era feito de maneira completamente analógica, usando fotos reveladas, laudas datilografadas pelos repórteres, e lapiseira, borracha, régua e tabela de cálculos para indicar a paginação. O diagrama do jornal só era feito depois que o profissional tinha todas as páginas datilografadas e a previsão das fotos. O material seguia para a fotocomposição, as artes eram montadas e revisadas, e se produziam os fotolitos que serviam para gravar as chapas de alumínio características do sistema de impressão offset.

Apesar de já estar presente no processo de impressão e fotocomposição, a informática entra na sala de redação a partir de 1988, quando Zero Hora começou se informatizar. Um ano depois, ZH contrata o cubano Mario Garcia, do *Poynter Institute*, para realizar a primeira reforma gráfica do jornal que alteraria todos os aspectos do projeto. A mudança buscava "renovar o produto, sem mudar sua essência" (RBS, 2007, p.73). A reforma foi tão impactante que "Até mesmo o poderoso O Estado de São Paulo, no início dos anos 1990, usou a reforma do Zero Hora como modelo para as mudanças que realizou em seus cadernos" (COSTA, online). Além da chegada dos computadores, a redação também foi separada por divisórias de vidro e ficou menos barulhenta sem o som saído das máquinas de escrever. (Figura 11)



Figura 11: Capas de Zero Hora de 01/05/1964, 01/03/1970 e 01/03/1990.

Em 1990, surgiram a internet e o e-mail; também começam a ser utilizados os telefones celulares de maneira limitada devido ao seu alto custo. Nesta mesma década, ocorreu a primeira experiência do jornal com o uso das máquinas digitais de fotografia. A primeira foto digital veiculada foi na contracapa de 1996. A substituição completa da fotografia analógica pela digital, no entanto, deu-se somente quatro anos depois. A informatização completa da redação também trouxe programas específicos para a editoração eletrônica das páginas do jornal.

Ao completar 30 anos, em 1994, o jornal passou por outra grande reforma gráfica. O logo antigo é substituído por um novo com letras maiúsculas dispostas em uma linha. Luis Adolfo Lino de Souza, atual editor de arte de ZH, explica quais os aspectos que mais mudaram com essa reforma:

A partir desse novo logotipo Zero Hora aposta em uma manchete grande, em letras minúsculas, e uma foto dominante, no estilo foto-legendado já que, necessariamente, não é ligada à manchete. A colunagem da capa segue a do jornal em 5 colunas. Na capa há uma separação bem clara entre o que é área de notícias leves e de última hora. (SOUZA, 2008, online)

A facilidade de alterar o projeto gráfico estava intimamente ligada aos avanços tecnológicos, que permitiram uma maior versatilidade na paginação. O computador ficava cada vez mais popular e a internet se disseminava. A partir deste momento, os jornais no mundo inteiro tinham suas primeiras experiências online. Para não ficar para trás, em junho de 1995, Zero Hora foi o segundo jornal do Brasil a oferecer conteúdos na rede (RBS, 2007). O jornal possuía apenas o Caderno de Informática disponível online. Em dezembro de 1996, cria-se o site Zero Hora Digital, com as matérias do impresso e poucos recursos visuais. As atualizações eram feitas de acordo com a circulação do papel. Em julho de 2000, a RBS lança

o site ClicRBS, que reúne todos os sites do Grupo e produzia algum conteúdo jornalístico próprio.

Em setembro 2005, Zero Hora mudou novamente sua apresentação visual. O novo projeto gráfico também envolveu alterações no projeto editorial, além disso aumentou número de cores no jornal. Entre outros fatores, Felippi (2007) destaca o maior número de fotos e o aumento no seu tamanho nas páginas, mais recursos visuais de paginação, textos mais curtos, criação de pequenas seções fixas (ou fixas por um período) e aumento nas seções com participação dos leitores.

A partir de setembro de 2007, começa um novo capítulo na história de Zero Hora. Neste ano, o jornal lança sua versão digital. Zerohora.com marca a entrada definitiva da empresa no meio online. O *website* busca pela produção e "a veiculação de informações pensadas, apuradas e redigidas especificamente para a *web*" (RECCHIA, 2010, p. 74). A equipe do online trabalha junto com a do *offline* (jornal impresso) na redação e a integração entre repórteres, editores e diagramadores começa a aumentar gradativamente.

Após a criação de zerohora.com, o jornal impresso sofreu mais uma reforma gráfica. Em junho de 2009, Zero Hora circulava em todo o Estado reformulada visualmente. Além disso, a empresa também investiu na criação de um novo parque gráfico. Foram R\$ 70 milhões gastos para construir e equipar o parque Jayme Sirotsky. Com esse novo investimento, o limite de páginas coloridas passou para a totalidade da edição.

5.3 ANÁLISE QUALITATIVA

Após o levantamento de todos os dados quantitativos conforme a tabela que usamos de roteiro para este trabalho, percebemos alguns momentos em que as características gráficas das capas eram muito similares. Com base nesta observação, agrupamos as capas em quatro períodos que agregaram a análise de ordem qualitativa das 20 capas. São eles: o período pioneiro – emprego dos novos recursos, que compreende as capas de 1990 a 1994; o período de conformação – valorização da cor e da imagem, que compreende as edições de 1995 a 1998; o período de consolidação – o projeto gráfico demonstra maior uniformidade com a capa dividida em dois, que vai de 1999 a 2005; e o período de inovação – ênfase em estratégias diversificadas de atração visual, cujas capas vão de 2006 a 2010. Em cada um destes intervalos de tempo, esmiuçamos as respectivas capas encontramos elementos gráficos e históricos que sustentam sua separação nestes grupos. Inserimos no corpo do trabalho

reproduções do conjunto de capas analisadas (Figuras 12, 13, 16 e 19) e todas as capas estão nos anexos em tamanho maior.

5.3.1 De 1990 a 1994: o período pioneiro – emprego dos novos recursos



Figura 12: Capas de ZH de 1º de março de 1990, 1991, 1992, 1993 e 1994 respectivamente.

O início dos anos 1990 marca a entrada definitiva do computador na redação. Os jornalistas estavam começando a se acostumar com as telas verdes, onde agora digitavam os conteúdos das matérias. Ainda se utilizava a fotografia analógica e a comunicação via internet ainda era incipiente. O período é caracterizado pela primeira reforma gráfica realizada no jornal, em 1989, pelo cubano Marcio Garcia. A mudança aumentou o tamanho da letra, o que acabou obrigando os jornalistas a diminuir os textos, e passou a usar mais imagens (e em tamanho maior) no periódico.

Assim, as capas deste período se assemelham pelo uso ainda discreto da fotografia. Em nenhuma delas encontramos mais de três fotos e a diferença de tamanho entre a foto principal e as demais é significativa. Além disso, o intervalo também é marcado pelo logo antigo: quadrado, preto e com letras sem serifa, que ocupa 5,18% da capa. A logotipia do jornal muda constantemente de lugar, estando ora do lado direito, ora do lado esquerdo na parte superior da página. Há pouca publicidade na amostra do período, em nenhuma edição das pesquisadas encontramos anúncios que ocupassem mais de 4% da totalidade.

O que chama atenção em relação aos anúncios é o fato de, na capa de 1990, a única publicidade estar aplicada sobre a ilustração, que é o elemento imagético principal da página. Em um primeiro olhar, tem-se, inclusive, a impressão que o desenho todo é uma propaganda, somente depois de ler a chamada que percebemos que o anúncio não faz parte do conteúdo editorial. A imagem principal, no entanto, não corresponde à manchete principal. No texto desta, destaca-se o lead em negrito. Outro fator que chama atenção é o fato do título da manchete secundária estar abaixo da foto. Isso confunde o leitor, pois ele parece uma chamada independente da imagem e do texto que o acompanham. A capa usa borda em três

dos cinco elementos imagéticos nela presentes, apenas o selo – chamando para uma matéria sobre os anos 80 – e uma ilustração não são marcadas com um fio fino. Usa-se bastante os fios, o horizontal grosso é usado para separar a manchete principal da secundária, um outro mais fino demarca a margem inferior do jornal. O fio fino visa dar proximidade ao título da manchete com sua foto para evidenciar que eles pertencem ao mesmo conjunto já que a disposição destes elementos prejudicou este aspecto. O uso das linhas nesta capa evidencia a criação de áreas separadas para aproximar conteúdos de uma mesma matéria. A capa tem um eixo vertical apenas nas chamadas menores, que vêm todas delimitadas por duas linhas verticais que criam uma “coluna da esquerda”. Todas essas chamadas da coluna têm uma cartola de letras capitulares e em *negrito*. Todos os outros elementos estão dispostos em um eixo horizontal, que deixa a página carregada demais, mesmo tendo apenas duas matérias na área principal. Nas legendas, há bastante variação de tipos e dentro duas famílias: as duas palavras que funcionam como um 'chamariz' para a foto são sem serifa e em negrito, já o texto que segue é com serifa e em itálico.

No ano de 1991, fica mais claro qual a matéria mais importante. A manchete principal ganha destaque por vir acompanhada de um texto de duas colunas e uma foto bem aberta, deixando a área principal da página mais verticalizada. A disposição dos elementos nesta página se assemelha muito a do ano anterior. Elas passam a impressão de ter sempre o mesmo desenho estrutural, que muda de acordo com o número de manchetes na capa. Assim como na capa de 1990, existe um selo publicitário sobre a foto principal. Os fios finos continuam sendo usados para delimitar uma coluna na esquerda, onde ficam todas as chamadas menores, ancoradas pela palavra “HOJE” em letras capitulares e com uma linha grossa sobre ela. A manchete principal e a secundária continuam sendo separadas por um fio horizontal grosso, a margem segue demarcada pela linha fina. O logo, nesta capa, ocupa o canto superior direito e, ao seu lado, temos uma foto-legenda. A cor é usada somente nas fotos. Nas legendas continua-se a empregar o modelo anterior com quatro variações diferentes. A capa ainda é predominantemente preta e branca, a cor está presente apenas nas fotos.

A primeira capa em que constatamos o uso de cartola na manchete é a de 1992. Nesta página, apenas a manchete quaternária, que vem dentro de um box de linha fina, não tem cartola. O logo segue mudando de lugar: agora está no canto superior esquerdo. Não há continuidade na diagramação da área superior horizontal. O leitor nunca sabe onde vai encontrar o logotipo de Zero Hora que, muitas vezes, perde-se ao lado do box com foto. A manchete terciária, que também é dentro de um box, tem foto e ocupa todo o resto da linha superior. A barra da esquerda continua com o dizer "hoje" em cima das matérias chamadas.

Ainda se faz muito uso dos fios para separar os elementos. As linhas grossas horizontais são usadas para separar uma matéria da outra. A foto principal não corresponde à manchete e nem o uso do fio evita que se faça essa confusão, pois disposição do título aproxima a manchete da foto. A má organização dos elementos na página cria joelhos que poderiam ser evitados. No entanto, nem esses joelhos, que normalmente demarcam uma separação clara entre os itens, evitam que se enxergue todo o conteúdo central como um conjunto só. Nas legendas, segue-se empregando fonte negrito sem serifa para as palavras antes dos dois pontos e itálico com serifa para depois dos dois pontos.

Observamos algumas mudanças significativas na página de um ano depois. O logo agora está no canto superior direito. A barra feita com fios finos, que ocupava o canto esquerdo da página, segue igual, com a mesma disposição para os elementos, mas ela agora aparece na direita, rompendo mais uma vez com a continuidade. Além disso, as chamadas com imagem, que nela aparecem, agora usam fontes negrito em itálico. A chamada para a página também mudou, deixou de ser apenas o número com uma barra e passou a adotar o modelo "página 1". Os fios grossos continuam separando matérias. O itálico aparece no título de duas manchetes. Novamente, a foto principal não corresponde à matéria principal e mais uma vez esta separação não fica evidente ao se olhar para a página. A disposição das manchetes deixou esta capa extremamente horizontal. A altura das colunas é a mesma da manchete principal o que tira dela seu caráter de elemento principal, destacado pelo tamanho, na capa.

No exemplar do ano de 1994, deparamo-nos com a primeira capa "especial". A edição gira em torno da criação da Unidade Real de Valor (URV) e para valorizar a cobertura do fato, o jornal fez um caderno especial, chamado de maneira bastante destacada. O material sobre o guia explicativo da URV vem todo dentro de um box de fundo amarelo e linha grossa verde. É a primeira vez que se vê, na capa, o uso da cor em um elemento que não seja a foto. A tonalidade é usada para demarcar a junção de todo o conteúdo colocado na capa sobre o caderno. Quebra-se aqui a continuidade aqui na intenção de chamar a atenção do leitor: o título do box varia no uso de fontes com serifa e sem, e traz a sigla URV em letras garrafais. Além disso, dentro dele, temos quatro chamadas sobre o assunto, um texto da manchete e uma ilustração com foto montagem da nota de dólar e da foto de Fernando Henrique Cardoso. O box verde e amarelo destaca o novo momento do Brasil e traz ainda os indicadores econômicos em uma imagem que poderia ser considerada como um princípio de infografia. A capa torna-se, assim, predominantemente imagética, a cor de fundo e a linha lhe conferem muito peso. Não há pregnância da imagem uma vez que são muitos elementos competindo

pela atenção do leitor e tornando a capa complexa, não no sentido de bem elaborada, mas por ser confusa e difícil de ler. A imagem dentro do box ocupa quase o mesmo espaço que a foto de Bill Clinton, que aparece na manchete secundária, que também vem dentro de um box. O título confere maior hierarquia à montagem com a cédula de dólar, a proximidade e o tamanho da foto secundária, contudo, prejudicam a compreensão deste valor. O logo, agora no canto esquerdo, fica quase escondido no meio de tantos elementos visuais. Ele perde espaço e importância, além de competir visualmente com a manchete. Esta também é a capa com o maior anúncio publicitário visto até então e, para aumentar a confusão visual, a inserção é colorida. Segue, também, a indecisão no uso de negrito para as chamadas para a página: em algumas usa-se somente no número, em outras no número e na palavra página. O uso excessivo de fios para separar a manchete terciária do resto, para demarcar a margem inferior da página e para demarcar os boxes, cria uma capa que não é modular, mas é encaixotada, cheia de elementos fechados em quadrados e retângulos que não agregam ao seu significado.

5.3.2 De 1995 a 1998: o período de conformação – valorização da cor e da imagem



Figura 13: Capas de ZH de 1º de março de 1995, 1996, 1997 e 1998 respectivamente.

Dada a familiarização dos jornalistas com o computador e o avanço das tecnologias digitais, ocorre uma expansão da internet. Aumenta o uso do e-mail como forma de comunicação e os jornais brasileiros começam a fazer suas primeiras experiências na *web*, disponibilizando pelo menos parte de seu conteúdo na rede mundial de computadores. Este material ainda é muito ligado ao jornal impresso, mas é a forma encontrada na época para acompanhar as mudanças sem correr muitos riscos. Neste período, primeiro é disponibilizado o caderno de informática na rede e, no ano seguinte, em 1996, cria-se Zero Hora digital, que é atualizada a cada 24 horas.

No intervalo de tempo que compreende estas edições, há a reformulação do logo de Zero Hora. A caixa quadrada com letras brancas sem serifa em um fundo preto (Figura 14), criada por Hans Donner, foi substituída por um logo horizontal (Figura 15). Este modelo se mantém até hoje: Zero Hora escrito em maiúsculas com fonte serifada e uma barra colorida acima do nome do jornal. Com o uso deste logo, a área ocupada por ele na capa passou para 12.21% da página, o que lhe conferiu muito mais destaque e visibilidade. Além disso a adoção do novo logo mudou a forma com que a data era escrita no cabeçalho, com a mudança ela ficou muito mais visível e fácil de identificar. Outra marca gráfica do período é a ausência de cartolas. Em nenhuma das capas de 1995 a 1998 encontramos cartolas nas matérias. A barra vertical com chamadas menores – ora na esquerda, ora na direita – também desapareceu.



Figura 14: O logo quadrado da edição de 1º de março de 1992, criado por Hans Doner, usado até a reforma de 1994.



Figura 15: O logo horizontal da edição de 1º de março de 1996, usado de 1994 em diante.

Da amostra coletada, a capa de 1995 é a primeira em que aparece o logo horizontal. Nesta edição, a manchete é a cobertura de carnaval. O evento vem destacado em um box de fundo laranja com duas fotos e mais um selo multicolorido "Carnaval 95". Ésta é a capa em mais temos emprego da cor até então. Dentro do box, destacam-se três matérias diferentes espalhadas em um caderno especial e no Segundo Caderno. Percebe-se que até então os cadernos do jornal ainda não mostravam a diferenciação gráfica que se vê hoje em dia, pois,

apesar do destaque que a matéria do caderno tem, a remissão para o caderno é como qualquer outra chamada. O conteúdo agregado pelo box de fundo cor é, inclusive de partes diferentes do jornal. No entanto, diferente da primeira página do ano anterior, aqui fica evidente qual é a manchete principal. A cor, a montagem e os textos se destacam da outra foto e são muito maiores que as outras duas matérias chamadas na página. Contudo, é marcante a ausência de um título maior dentro do box para hierarquizar o conteúdo dele. A variação de uso das cores, o fundo laranja, as cores vibrantes das fotos de carnaval, o colorido do selo e as matizes da segunda foto criam um ‘T’ de cor que deixa as duas manchetes menores dentro de quadrados brancos isolados na página. Os conteúdos destacados pela cor acabam se assemelhando e passando ao leitor a impressão de que dizem respeito aos mesmos assuntos. Assim, as manchetes menores, escondidas nos cantos inferiores da página ficam quase invisíveis no meio de tanta imagem. O texto nas legendas, podemos ver uma mudança: aboliu-se o itálico, mas segue-se com uma chamada com dois pontos, na qual utiliza-se o negrito.

No ano seguinte, não se visualiza nenhuma grande mudança. A capa de 1996, mais uma vez, traz uma manchete principal sem foto disposta de forma que a fotografia principal parece lhe pertencer. Ela, no entanto, vem dentro de um box de linha preta fina acompanhada de chamada, na qual se usa uma fonte serifada arredondada, tentando uma aproximação com as fontes usadas nos computadores da época. A manchete em questão trata da vinda de Bill Gates ao Brasil. Nesta página, vemos a adoção de uma tarja azul para destacar a área com conteúdo do Segundo Caderno. Além disso, utilizam-se muitos fios. Todas as matérias vêm separadas por linhas finas pretas ou estão dentro de caixas. Estes fios e boxes ajudam a dar uma sensação de simetria à página, pois na sua metade inferior, temos as colunas sempre divididas em dois, mesmo que de forma um pouco desigual. A manchete quaternária é um box com mais outros dois dentro dela, um fio preto separa o conteúdo do resto da página e dois fundos azuis quadrados são usados para destacar as taxas de desemprego e renda. O título da matéria é todo em caixa alta e usa letras azuis, o que até então não tinha sido encontrado. Todos estes elementos na metade inferior da capa acabam competindo e se assemelhando, todos usam de alguma tonalidade de azul. A coluna da esquerda dividida em dois torna esta área demasiadamente simétrica. Assim, todos os itens ganham o mesmo peso e se aproximam. O fio, para demarcar a margem inferior, também volta. E, nesta edição, as legendas ganham finalmente um só padrão que seguirá até os dias de hoje: fonte normal e sem serifa e em caixa baixa.

Na edição de 1997, a capa de Zero Hora é um exemplo do que é uma página completamente simétrica. Todas as matérias principais são dispostas da mesma forma com a

mesma fonte, exatamente do mesmo tamanho. As fotos embaixo das manchetes secundárias passam, inclusive, a sensação de que elas as acompanham. No entanto, elas são manchetes terciárias dentro de boxes com linha. O fator que deixa diferenciar a manchete principal do resto é o fato de ela estar no meio e possuir a imagem, neste caso uma ilustração, maior que todos os outros elementos da página. O uso do box, para delimitar o espaço das matérias, não funcionou da maneira correta, pois todas as informações se parecem muito, o que dificulta encontrar o que é o mais importante na página, tudo tem o mesmo peso. Isso é tão forte aqui, que até mesmo o anúncio no canto inferior esquerdo tem um tratamento gráfico significativamente parecido com a matéria que vem no box do canto inferior direito. Em um primeiro olhar, tem-se a impressão que ambas caixas (que têm como cor predominante o vermelho) tratam-se de um anúncio publicitário.

A última capa do período possui poucos elementos, assim como a outra primeira página de edição dominical (a de 1992). Ela é basicamente ocupada por duas fotos e um anúncio colorido. A manchete principal não corresponde à foto principal. Uso de boxes e fios para separar os conteúdos ainda é corriqueiro e, na tentativa de criar uma página bem modulada, acabou mais uma vez gerando uma página encaixotada. Há também emprego de diferentes tipos de fontes: com serifa, sem serifa, negrito, normal, caixa alta e caixa baixa. Não há muita coerência na escolha de fontes para os títulos, o que denota falta de continuidade nas capas, pois a cada edição analisada as fontes variam: ora se usa a mesma fonte para todos os títulos, ora se usa um tipo diferente para cada elemento. Cada uma das cinco matérias na capa, exceto as duas no canto inferior direito, que ocupam o mesmo espaço e têm o mesmo peso, usa uma tipografia diferente, o que faz com que os elementos não pareçam partes de um todo.

5.3.3 De 1999 a 2005: período de consolidação – maior uniformidade no projeto gráfico



Figura 16: Capas de ZH de 1º de março de 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 e 2005 respectivamente.

O início dos anos 2000 deixa o jornal Zero Hora com uma visualidade bem característica. Nota-se que neste período, há uma forte divisão da capa em dois espaços principais: o lado esquerdo, reservado para a manchete, a foto principal, que vem sempre na parte inferior, e alguma manchete menor, e o lado direito, onde entram outras chamadas menores – que, algumas vezes, recebem tanto destaque gráfico, que podem ser tratadas como manchetes também. Esta divisão é feita pela inserção de um fio vertical grosso na cor azul em todas as capas. Assim, temos de volta a coluna da direita, que existia nos anos 1990 e depois foi abolida. A separação da capa em duas áreas distintas dá ao jornal Zero Hora um projeto gráfico mais visível. Notamos a volta das cartolas, usadas nas matérias na coluna da direita e o uso da cor vermelha em títulos e nas cartolas deste elemento. As fontes não variam tanto como nos períodos anteriores e a disposição dos dados se mantém quase a mesma ao longo dos anos, o que de certa forma deixa as capas do período um tanto quanto monótonas, sem muita experimentação gráfica.

O logo horizontal se consolida neste período, não sem antes passar por uma pequena alteração que não se mantém. Pode-se ver que nas capas de 1999 e 2000 há uma troca de fonte

no logo. Nestes dois anos (Figura 17), o logo aparece com uma letra cuja serifa é mais proeminente e com suas pontas mais quadradas do que a utilizada até então e nas edições posteriores a 2001 (Figura 18). De 2002 em diante, ao lado do logo, temos sempre a presença do logotipo da RBS junto ao nome do jornal do lado esquerdo.



Figura 17: reprodução do logo usado em 1999 e 2000



Figura 18: reprodução do logo usado de 1995 a 1998 e após 2000

A capa de 1999 é a primeira da amostra a apresentar esta divisão que caracteriza o período. Com o uso da linha vertical grossa azul, diminui-se o emprego dos fios. Esta linha azul cria um eixo vertical que separa visualmente a parte mais importante das chamadas menores. Apenas fio um é usado nesta edição: para separar manchete secundária e a foto principal. As chamadas da coluna da direita perderam um pouco da unidade visual apresentada nos anos 1990. As notas possuem a mesma fonte, mas há variação nos tamanhos e no uso da cor. Uma delas tem metade do texto em vermelho, cor usada nas cartolas também, que vão sobre todas as chamadas de dentro da barra. O uso da cor identifica todos esses elementos como parte desta coluna na direita da página e ajuda a criar a partir daqui a associação deste espaço da página com essas chamadas menores. A variação no uso de fontes é menor que na capa anterior, varia, no entanto, o tamanho das fontes. Isto cria um desnível entre as chamadas, apesar de elas estarem na mesma área e receberem o mesmo tratamento em relação à cor. Outra mudança notável é nas chamadas de página: nas dentro da coluna da direita, usa-se fonte serifada, nas que estão fora, não há serifa. Outro detalhe é que a tipografia da matéria secundária inteira (título, legenda, corpo do texto, chamada de página) é feita com letra sem serifa. Na coluna da direita, há também um box de linha com uma ilustração remetendo para o caderno de esportes e uma foto vertical pequena ilustrando a matéria de maior destaque.

No ano seguinte, mantém-se o mesmo esqueleto de capa: fio grosso azul, criando a coluna da direita chamadas com cartolas vermelhas e variação no tamanho das fontes dos títulos. Temos uma continuidade na estrutura da página que deixa o leitor identificar o jornal Zero Hora num olhar. Na esquerda, manchete principal no topo da página, foto principal e manchete terciária. O que chama bastante a atenção é um anúncio do governo do Estado que ocupa 15,50% da capa, o percentual de espaço comercial maior de toda a amostra. A publicidade não respeita a colunagem do projeto gráfico, ela ocupa uma coluna e meia da metade inferior direita da capa, quebrando seu ritmo. Este exemplar apresenta um fio a mais que a edição anterior, por a manchete terciária estar abaixo da foto principal, usa-se um fio preto grosso e uma fonte diferente para separá-la. Há um box de linha vermelha na barra da direita cujo título também é em vermelho. As cores vermelha e azul predominam na página, estão nos fios, cartolas, títulos e na foto principal também, ajudando a formar os conjuntos da página e aproximando os conteúdos.

Em 2001, temos novamente o logo com serifas mais finas e acentuadas. Tem-se novamente a mesma estrutura de capa das edições anteriores. Mantém-se a variação de tipos na área da esquerda: manchete principal sempre com serifa e o tipo sem serifa variando entre a manchete secundária e terciária. O elemento que mais chama a atenção na barra da direita é o box vermelho, que classificamos de manchete quaternária. Ele tem fundo vermelho e linha fina vermelha conflitando com fotos coloridas do então governador Olívio Dutra com uma máscara carnavalesca. As fotos, como de praxe no jornal, seguem tendo bordas pretas finas, apesar da linha do box. São quatro linhas diferentes para emoldurar duas pequenas fotos em um box, que prejudica a rapidez da leitura na página. Além disso, há também uma ilustração com a palavra “carnaval” com pontos coloridos. A caixa vermelha no canto direito do jornal atrai o olhar muito mais pelo seu peso do que por ser legível. Este elemento menor acaba ganhando mais destaque e atenção por desequilibrar o a harmonia da construção de página.

O que se sobressai como mais diferente, na capa de 2002, é a adição de mais um elemento fixo e colorido à página: o logo da RBS agora fica ao lado da logotipia de Zero Hora no cabeçalho do jornal. Há um aumento no uso de boxes coloridos na coluna da direita. Destacando elementos em demasia e prejudicando a similaridade dos elementos da área. Nesta edição temos também, a primeira chamada de caderno diferenciada da amostra. O box remetendo para o caderno de gastronomia, além de foto, vem com o logo do caderno. Além disso, outra mudança, na parte direita do jornal, é o uso de fonte com serifa nas chamadas do espaço. As letras sem hastes no final são usadas dentro dos boxes. O título que está em

vermelho. Há também variação no tamanho das fontes. O projeto gráfico é, aparentemente, variável ao ponto de deixar as páginas pesadas demais por destacar elementos em demasia.

Em 2003, vemos uma tentativa de quebrar a monotonia imposta pelo projeto gráfico, que trouxe todas as capas do período – até aqui – com a mesma estrutura. A edição trata do carnaval e tem diversas chamadas alusivas ao feriado. Todo este conteúdo está reunido em um box de fundo amarelo claro. Na caixa, vemos quatro fotos de diferentes tamanhos, todas com borda fina preta. Há excesso de cor dentro do box: todas as fotografias são coloridas, a chamada “carnaval 2003” é verde com uma ilustração colorida “carnavalesca” (com confetes e serpentinas), além disso, as chamadas para os cadernos usam as cores azul e vermelha. O excesso de cor da festa popular brasileira tomou conta da página e destacou diversos elementos ao mesmo tempo, delegando para o leitor a tarefa de eleger qual deles é o mais importante. Aqui aparece, de forma evidente, o uso do logo dos cadernos em chamadas, buscando identificar, cada vez mais, essas produções como partes diferentes do jornal com um projeto gráfico próprio. Todos os títulos dentro do box usam fontes negrito sem serifa. A manchete principal usa caixa alta, fato observado pela primeira vez até aqui. Não há divisão na página como em todas as anteriores e nenhum fio é utilizado. Há apenas um elemento fora da caixa amarela. Esta manchete, que usa o padrão visto até aqui, nas outras edições, fica perdida na página ao lado de um anúncio de participação de falecimento. Hierarquicamente o anúncio tem mais destaque que a notícia, que parece perdida na página por não manter o padrão de ter um box envolvendo-lhe. Na tarja azul que vai a cima do logo, vemos, pela primeira, vez uma chamada para a internet: zh.clicrbs.com.br está escrito em branco sobre ela.

A capa de 2004 volta ao padrão do período. Na coluna da esquerda, identificamos as maiores mudanças. As cartolas vermelhas não aparecem mais. Há uma mistura de elementos que tira sua unidade vista nas primeiras edições. Nela, temos três boxes diferentes chamando para cadernos distintos, todas com seus respectivos logos. O do esporte, por ser maior, ganha status de manchete. Dividiu-se a sua coluna em dois para que fosse possível colocar fotos para cada chamada. No box, os títulos são ora negrito e ora normal. Fica claro aqui uma tentativa de aproximação da diagramação das áreas de remissão para caderno com a sua própria diagramação. Há excesso de elementos no box, prejudicando a pregnância da página. Na parte da direita, aboliu-se também o vermelho nos títulos, mas há o emprego de diversas cores diferentes nos boxes. O segundo box da área usa cinco diferentes cores num lugar pequeno e traz uma chamada para o caderno Eureka, que explica como funciona uma catapulta, que está ilustrada na caixa. Logo abaixo, temos mais um box com mais três outras cores. A área ganha bastante peso por utilizar tantas cores diferentes num espaço tão pequeno. Esta é capa com

mais imagens de toda a amostra até aqui: cinco fotos e uma ilustração. O uso da imagem, no entanto, é feito de forma descuidada e as fotografias acabam não recebendo o valor que poderiam ter por serem pequenas demais. Elas acabam, assim, sendo pouco informativas.

A primeira página de 2005 segue com o projeto do período. Nota-se o retorno das cartolas vermelhas para a área da direita. Também há um uso mais cauteloso da cor. Todos os boxes da barra da direita mantêm o mesmo padrão na palheta de cores. O que acaba segregando as outras chamadas da área em quadrados brancos. Os títulos variam no uso de serifa. O uso de traços da identidade gráfica dos cadernos para suas chamadas mostra-se mais forte.

5.3.4 De 2006 a 2010: período de inovação – estratégias diversificadas de atração visual



Figura 19: Capas de ZH de 1º de março de 2006, 2007, 2008, 2009 e 2010 respectivamente.

O último período analisado compreende diversas mudanças importantes para Zero Hora. A reforma gráfica realizada em setembro de 2005 deu ainda mais destaque para os cadernos

na capa, criando uma linha horizontal de chamadas bem abaixo do logo. Segundo o diretor de redação, Marcelo Rech, esta reforma “gerou uma nova concepção de planejamento, dando mais rendimento à leitura e valorizando mais as fotografias e todos os elementos estéticos. Tudo isto sem perdermos uma única linha de texto” (ZERO HORA TEVE..., 2005, online). O projeto passou a valorizar fotos mais abertas e na linha horizontal há sempre, no mínimo, duas imagens. A reforma padronizou o tamanho e a fonte das chamadas da coluna da direita, que ganhou um fio fino e preto. As cartolas agora têm um fundo lavanda e um fio grosso azul sobre elas. A cor lavanda é utilizada também em boxes e outros elementos da capa.

Em 2007, a redação recebeu os profissionais que trabalham exclusivamente para a versão online do jornal. Com a chegada dos novos jornalistas à redação, abriu-se também espaço no impresso para chamar os materiais especiais produzidos pela mídia online. Criou-se o hábito do jornal em papel remeter para o conteúdo de *web* como vídeos, galerias, *slideshows* e outros especiais multimídia. No ano de 2009, ZH passou por uma segunda reforma gráfica com a proposta “um novo modelo de edição diante da força de outras mídias nesse século de informação a cada segundo, em cada lugar.” (Zero Hora, 27/06/2009). A reformulação dá atenção especial para edição de domingo, na qual o jornal investe em uma área de destaque, muitas vezes com ilustração ou fotomontagem, para chamar a atenção para uma matéria ou série especial. Os cadernos dominicais são chamados em uma área maior junto do logotipo. Há um espaço para chamadas de Classificados e suas ofertas, segundo Souza (2008, online) “um ingrediente importante na venda avulsa da edição dominical”. Além disso, a área do logo aumentou, ocupando 23,91% da página, pois essa passou a compreender também as chamadas para os cadernos. As fotos e títulos adicionaram um fundo colorido para logo e, em algumas ocasiões, até invadem seu espaço.

A primeira capa do período, a de 2006, apresenta a nova coluna da direita, agora feita por dois fios finos. As cartolas padronizadas com letras em caixa alta e sem serifa, estão sobre todas as chamadas da área. A linha abaixo do logo contém chamadas para os cadernos. São três boxes diferentes, cada um com uma cor diferente remetendo para um suplemento distinto. Nesta edição, usa-se a barra vermelha abaixo dos boxes, que são um amarelo e dois brancos. Os logos dos cadernos acompanham as chamadas. Cria-se, com isso, um eixo horizontal que se liga à coluna da direita emoldurando o conteúdo do centro da página. A quantidade de elementos gráficos das duas áreas acaba, entretanto, prejudicando a organização visual, não por uma disposição desordenada, mas pelo excesso de informação em um espaço diminuto. A manchete ganhou uma linha de apoio sem serifa. As fotos perderam as bordas que se mantinham desde os anos 1990. Na manchete secundária, que aparece dentro de um box

lavanda, usam-se marcadores em forma de seta para separar cada um dos quatro títulos relacionados ao assunto principal. Cada uma dessas matérias está, entretanto, em uma parte diferente do jornal, o que quebra a linearidade que a disposição gráfica dos elementos sugere, já que o uso do ícone de setas passam uma ideia de fluxo. A tentativa de inovação gráfica acabou por confundir o leitor.

A primeira página de 2007 segue o padrão adotado no novo projeto: manchete, linha de apoio, manchete secundária com foto em box lavanda e chamadas menores na coluna da direita, todas com cartolas e linha superior com chamadas para os cadernos. Os elementos estão, sim, mais organizados. Mas o fato de, nas matérias que extrapolaram o espaço da coluna da direita, ter-se empregado o mesmo padrão seguido na coluna, deu a elas o mesmo valor hierárquico das chamadas. Usa-se de tons pastéis para acompanhar o lavanda do projeto. No entanto, ainda há um grande número de informações e cores. Nas chamadas da linha superior, temos sempre o logo para identificar o caderno dentro de uma tarja da mesma cor da linha grossa que vai acima do logo (vermelha nesta edição). Além disso, as fotos são coloridas e estão dentro de um box colorido (no caso desta capa: verde, amarelo e azul).

A página mais poluída visualmente é a de 2008. A manchete está dentro do box lavanda, delimitado por um fio grosso e preto, com seis fotos coloridas. Nele, o espaçamento entre as imagens e as margens do próprio box varia bastante. As cores quentes das fotos da primeira linha contrastam com a pretensa ‘sobriedade’ das cores do projeto gráfico. A manchete secundária compreende dois títulos exatamente do mesmo tamanho, que recebem o mesmo tratamento das chamadas da coluna da direita, só são mais largas, denotando a baixa hierarquia entre os elementos. As cartolas seguem com o padrão anterior com linha azul grossa sobre elas. A linha superior da página segue com chamadas dos cadernos. A novidade é uma chamada para o site de zerohora.com. Assim como as outras, ela está em um box (azul escuro), mas nela se usa fonte branca sem serifa, além de uma seta de mouse ao lado do título, numa tentativa de aproximar da visualidade da internet. Nesta barra superior, temos os logos dos cadernos que recebem chamada. Todos os títulos vêm em um box com uma foto das matérias. As fotos são coloridas, o logo dos cadernos é colorido. A página é a que mais traz imagens de todas as analisadas, com dez elementos imagéticos de diferentes cores. O visual acaba ficando carregado e bastante prejudicado, pois quase não sobra espaço em branco e forma-se diferentes conjuntos que não conversam entre si. Pois, além disso tudo, ainda temos o lavanda dos boxes e das cartolas acompanhadas do fio grosso azul. Ao lado do logo de Zero Hora, temos o selo para a campanha “violência no trânsito, isso tem que ter fim” para aumentar ainda mais o número de elementos na página.

A edição de 2009, apesar de anterior à data oficial da reforma gráfica, já mostra claramente as mudanças no tratamento da capa dominical. A manchete principal vem novamente dentro de um box, mas dessa vez o ele é preto, tentativa de representar a manchete, que fala em “adeus às sombras”. No seu título, usa-se negrito e normal em palavras diferentes. Além disso, o título tem um degradê do amarelo ao branco, buscando uma efeito de como se ele fosse se iluminando. O preto chama a atenção e dá um peso à página que exigiria muito mais cautela no uso da cor dali para frente. No entanto, vemos outros vários elementos contrastantes com o box, criando uma total falta de organização nos elementos.

Do lado direito da página, temos ainda as chamadas menores com cartolas com o fio azul grosso em cima. No entanto, não há mais fio nenhum “demarcando” esta coluna. Ali temos também a inserção de um box verde com selos e ilustrações alusivas ao centésimo Grenal. A barra das chamadas de caderno está bem mais grossa. O verde que vai acima do logo acompanha na tarja, onde vai a inscrição “Domingo”. As remissões estão cada uma em box com foto ou cor ao fundo. As cores variam entre o verde e o laranja. Em todas elas usa-se o mesmo tipo de fonte, diferenciando-se apenas a chamada de zerohora.com, que usa letras brancas sem serifa. A maneira como ela é posicionada na página também é diferente: seu logo está abaixo da chamada, não acima como nos outros casos

Em 2010, a mudança que mais salta aos olhos é o aumento da área do logo. O logotipo em si não aumentou de tamanho, mas a área do cabeçalho dobrou e nela, agora, estão as chamadas para cadernos, que antes tinham uma barra abaixo do logo. A partir desta alteração, o logo é tomado pela imagem que, no caso deste exemplar, inclusive se sobrepõe a ele. Junto à imagem, temos também o fundo verde e o logotipo do caderno. A tomada da área do cabeçalho por outros elementos tira dele a solenidade e a importância como fator de identificação do jornal. Outra variação é o fato da manchete perder a linha de apoio. Há uma diminuição no uso dos fios, a linha usada para criar a coluna na direita da página aqui virou um box de fundo bege. Um fio azul grosso é usado para demarcar a margem, como se fez muito em capas anteriores. O número de matérias chamadas na capa é menor que a média da década, pois há significativo emprego de imagens. Aumenta o número de tarjas coloridas usadas para delimitar conteúdos. Nesta capa temos a predominância das cores azul e verde. A diminuição no número de cores utilizada ajuda a encontrar mais facilmente os elementos. No logo, na foto principal, nas tarjas e até na foto três elas predominam. A análise da página aponta para uma tentativa de mais organização, no entanto, segue complicada a tarefa de encontrar a sua hierarquia pela distribuição desordenada dos itens.

5.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A observação das capas juntamente da análise individual de cada uma delas nos mostrou a existência de uma identidade gráfica nas capas de Zero Hora. Esta supõe que o leitor, hoje, pode facilmente diferenciar o jornal dos outros por sua visualidade, no entanto, isso não quer dizer que o periódico é reconhecido por ter a primeira página legível. A partir dos dados levantados no preenchimento das tabelas e nas avaliações individuais, pudemos realizar uma série de inferências sobre como ZH tenta hierarquizar e destacar seu conteúdo na primeira página. Os exemplos mais marcantes serão apresentados a seguir.

O levantamento dos dados individuais de cada capa nos mostrou que há predomínio do uso de fontes serifadas normais, em caixa baixa e em preto e branco. Os tipos em itálico deixaram de ser usados já no início do período de consolidação. Os títulos em caixa alta apareceram em raras ocasiões. No caso das manchetes, isso se justifica no argumento de afastar-se do modelo de chamadas dos tabloides típicos. No entanto, é visível o aumento do emprego desnecessário da cor com o passar do anos, assim como nos tabloides mais comuns. A aquisição de novos equipamentos, tanto para edição, quanto para impressão do jornal pode justificar a presença de um número crescente de matizes para a primeira página, o que não necessariamente gerou mais apelo estético. A partir da última reforma gráfica de Zero Hora, nota-se uma diminuição no emprego de fios. Segue, no entanto, o hábito de separar conteúdos com fundos coloridos, prática recorrente na amostra coletada. Em linha gerais, podemos inferir que a tecnologia aumentou o número de elementos diferentes com os quais o diagramador deve lidar na hora da montagem página.

Entretanto, antes de saber como esses elementos são organizados na capa, é importante destacar quais são essas informações e com que frequência elas aparecem. A partir do cruzamento dos dados dos quadros de análise, foi possível constatar que a primeira página, como espera-se de um jornal, tem conteúdo predominantemente editorial. Os anúncios aparecem em mais da metade da amostra, mas na maior parte dos casos ocupam uma área inferior a 10% da página (Gráfico 1). O espaço disponível para o texto prevalece na maioria dos casos, esse número apresenta uma queda a partir dos anos 2000. Somente nos anos de 1998, 2003 e 2010, a imagem ocupou a maior parte da primeira página. Existem outras capas, contudo, em que há uma predominância imagética, mesmo que as fotos e/ou ilustrações não sejam grandes o suficiente para que isso se expresse de maneira visível no gráfico apresentado.

Distribuição de página de 1990 a 2010(%)

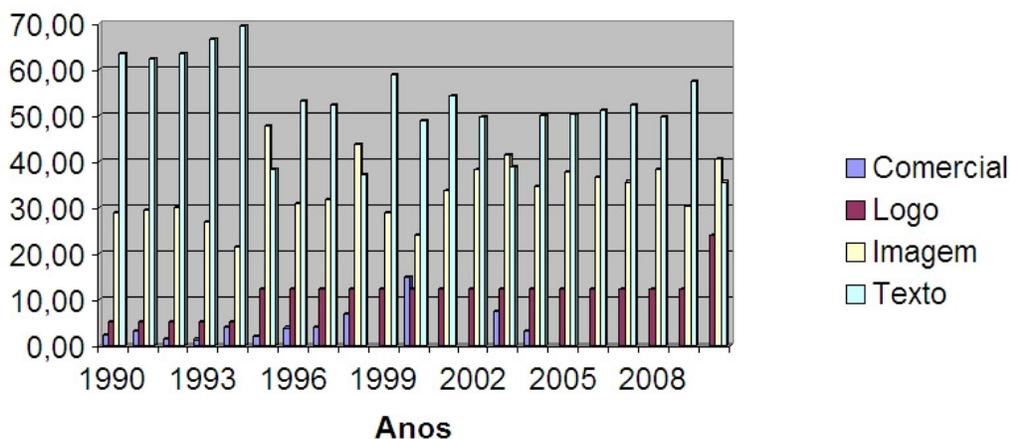


Gráfico 1: Distribuição da área das capas de 1990 a 2010 em %

É o que acontece em 1994. Neste ano, o percentual de área disponível para texto é o maior: 69,31%. O número de chamadas desta capa é, no entanto, o menor de toda a amostra: apenas quatro matérias figuram na primeira página. Apesar do grande espaço disponível para textos e das poucas imagens, o leitor vê uma página com pouca informação escrita e muita informação visual. Isso acontece pela diagramação ter usado um box de fundo amarelo e verde linha como recurso para agregar o conteúdo da manchete principal. Essa tentativa de destacar o conteúdo criou uma página extremamente verticalizada em que o box amarelo compete em peso com a foto ao seu lado, deixando a página desarmônica. O uso de cores para criar caixas que reúnem o conteúdo é observado em outras ocasiões, como em 1995 e 2003; nos outros exemplares da amostra em que isso acontece o efeito não é diferente. As cores de fundo acabam criando ruído na página, pois conflitam com as cores das fotos e dos outros elementos presentes na página.

A quantidade de matérias nas capas varia bastante de um ano para o outro (Gráfico 2). A partir da reforma gráfica de 2005, nota-se um aumento considerável no conteúdo chamado na primeira página, que culmina no ano de 2006, quando temos 13 matérias diferentes ilustrando a capa. Os reflexos da última reformulação gráfica, feita em 2009, são percebidos no ano de 2010. As mudanças propostas queriam valorizar ainda mais imagem. A capa deste ano traz fotos grandes e fundos coloridos acompanhando um número reduzido de chamadas: apenas cinco chamadas, a metade da média mostrada nos cinco anos anteriores.

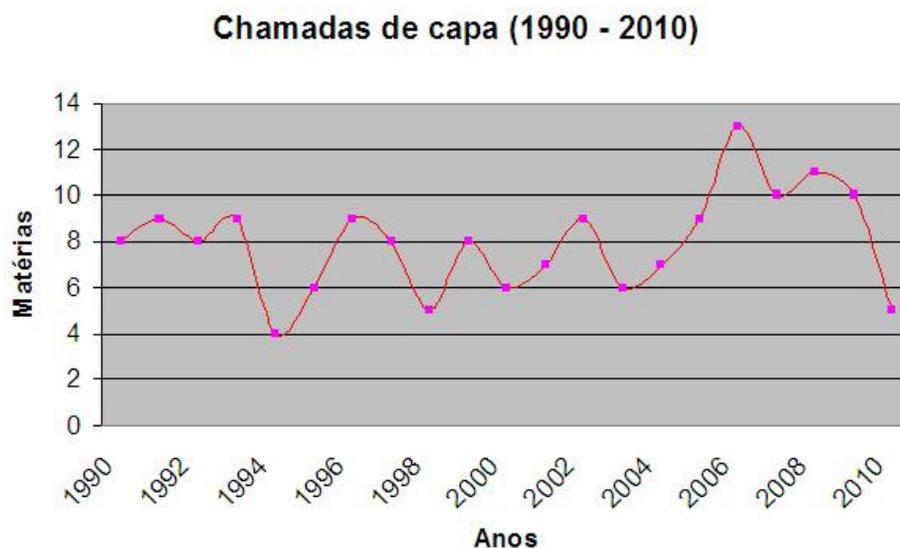


Gráfico 2: Quantidade de matérias chamadas de capa por ano

O grande número de chamadas não é interessante nos tabloides, afinal, eles têm um tamanho reduzido e por mais que, em determinados dias, haja uma infinidade de assuntos interessantes para se tratar e muitos dos princípios de paginação de jornais standard e tabloide sejam os mesmos, o design de capa de tabloide não pode simplesmente transformá-la no que no que Finberg e Itule (1989) chamam de um “jornal standard encolhido”. Deve-se respeitar os limites de espaço e lançar mão de poucos elementos marcantes para que eles tenham o efeito desejado.

O exagero no emprego das imagens cria uma disputa pelo olhar do leitor, que acaba ficando sem saber qual o elemento visual dominante. O box do esporte, na capa de 2004 (Figura xx), por exemplo, sofre deste problema. Ao invés de eleger uma matéria principal do caderno para ocupar a capa, o editor preferiu destacar três acontecimentos esportivos relevantes. As três fotos do box acabam competindo entre si e não destacam propriamente nenhum dos eventos. Tenta-se, inclusive, compensar a diferença de tamanho entre elas usando um amarelo mais escuro e um fio preto no fundo da última foto, o que acaba poluindo ainda mais a área que já é pequena e está dividida em duas colunas. Outro modelo de box que atrai o olhar do leitor pelos motivos errados é o usado na capa de 2001 (Figura 20). O fio, o fundo, a borda e a foto criam um excesso de informação desnecessário em um espaço tão reduzido. É válido ressaltar que ambos os boxes, além de toda a informação destacada aqui, tem, à sua esquerda, o fio grosso azul típico de todas as capas da primeira metade dos anos 2000.



Figura 20: Box usado nas capas de 2004 e 2001 respectivamente

Nota-se, em Zero Hora, uma certa recorrência na tentativa de remediar excesso de informação com uma significativa presença de recursos gráficos, provocando uma desorganização generalizada. Esta afirmação é exemplificada visualmente na capa de 2008 (Figura 21). O primeiro olhar já acusa que há conteúdo em demasia na página. Pode-se pensar que isso acontece por a manchete principal vir acompanhada de seis diferentes fotos em que predominam cores quentes, que contrastam com a sobriedade do lavanda usado no projeto gráfico.



Figura 21: Capa de 2008

No entanto, num olhar mais aprofundado, percebemos que a manchete principal tem, além das muitas fotos, três molduras: o box lavanda, a linha preta e grossa que o envolve e as dez chamadas dispostas no seu entorno. A página, que quase não tem espaços brancos, passa a impressão de desleixo e parece ter sido montada pelas bordas, sem que o diagramador percebesse que todas as chamadas pequenas estavam visualmente encaixotadas por boxes de fundo colorido, fios ou tarjas. Todos esses elementos, usados para separar e destacar conteúdo, poderiam ser abolidos sem prejuízo algum para a capa. O excesso de elementos dificulta a leitura rápida e confere à capa uma baixa pregnância da forma ao se opor significativamente ao conceito de simplicidade visual.

Em contraste a essa situação, podemos apresentar a capa de 1997 (Figura 22). A primeira página deste ano mostra uma quantidade menor de elementos, menos cores e menos fios que a tornam pretensamente mais simples. Nela, o item principal está destacado no centro e possui um tamanho que nos deixa percebê-lo como o item mais importante da composição. Os outros títulos, contudo, possuem exatamente o mesmo tamanho que a manchete principal, o que faz com que ela só possa ser classificada como tal pelo tamanho da foto que a acompanha. Além disso, a disposição dos elementos em uma diagramação em três colunas extremamente verticalizada cria uma simetria enfadonha. Pois “cada unidade situada de um

lado de uma linha central é rigorosamente repetida do outro lado” (DONDIS, 1997, p. 142). Ou seja, se traçarmos uma linha no meio dá página, teremos exatamente os mesmos itens de cada lado, como se um lado fosse um espelho do outro. Assim, tudo que se ganha na simplicidade neste exemplar, perde-se pela absoluta monotonia e pelo baixo nível de hierarquização.



Figura 22: Capa de Zero Hora de 1º de março de 1997

A repetição dos elementos dá-se de forma tão forte na página que ao olhar para o anúncio da TAM, no canto inferior direito, automaticamente esperamos que o quadro do canto inferior esquerdo também seja o anúncio. A diagramação, inclusive, usou cores próximas às do anúncio no conteúdo editorial, o que confunde o leitor ainda mais.

Outro exemplo interessante de como os recursos mal empregados podem atrapalhar o leitor temos no box da capa de 2006 (Figura 23). A informação está toda reunida em um box de fundo lavanda com o título de “2006 começa de novo” sobre uma foto de congestionamento de fim de férias. Na parte inferior da caixa, temos a legenda da foto, quatro títulos de matérias diferentes e a chamada para a página. Há excesso de informação no box, que trata de diversos assuntos referentes à volta das férias de verão.



Figura 23: Reprodução do box da capa de 1º de março de 2006

A maneira achada pela diagramação para diferenciar cada uma das quatro chamadas dentro do box foi usar de uma seta vermelha ao lado de cada um dos títulos. Mais uma vez a solução para o excesso de informação, gerou excesso gráfico. As setas são símbolos usados para indicar direção ou sentido. Elas criam certo movimento na linha dos títulos, pois passam a impressão que um assunto segue o outro. Cria-se aí uma expectativa de continuidade por meio da “impressão visual de como as partes se sucedem através da organização perceptiva da forma” (GOMES FILHO, 2000, p. 33), que não é correspondida. Afinal, os assuntos não estão encadeados de maneira contínua nem quanto à estrutura – pois não estão em páginas em consecutivas – e nem quanto ao próprio tema – pois estão em editorias diferentes. O recurso gráfico neste caso, então, ajudou a poluir a página e confundir o leitor.

Nota-se, em todo o período analisado, que o jornal traz uma quantidade elevada de elementos na capa. A última reforma gráfica, realizada em 2009, diminuiu o número de itens chamados na primeira página, mas trouxe para os diagramadores de Zero Hora uma questão que Souza classificou como “um problema para nós mesmos” (2010). O aumento da área do cabeçalho, que aboliu a linha horizontal com chamadas coloridas para cadernos do período de consolidação, transformou a área do logo no novo local para essas remissões. Agora, cores, texto, outros logos e imagens dividem espaço com o logotipo de Zero Hora. Em muitos casos, as fotografias se sobrepõem ao nome jornal, como no exemplar da amostra. (Figura 24).



Figura 24: Área do cabeçalho de Zero Hora atualmente

A brincadeira do editor de arte de Zero Hora com o fato de esta nova área ter trazido um problema para os próprios diagramadores fundamenta-se no fato de que, a partir desta reforma, os profissionais devem redobrar a cautela hora de pensar e montar a capa. As cores e as fotos usadas neste espaço não podem conflitar com o logo, afinal, ele é a identificação do jornal. Esta tarefa é, no entanto, complicada pois as fotografias abaixo do logo acabam sempre chamando mais a atenção que a própria marca do jornal. A chance de ocorrerem excessos fica ainda maior diante desta nova possibilidade aberta pelo novo projeto gráfico. Além disso, a área do nome do jornal é um dos principais fatores para a identidade do periódico, ao misturarmos conteúdo com ele, tiramos a ‘solenidade’ que esta área deve ter. A partir do momento que nem o próprio nome do jornal tem a importância devida, perde-se em credibilidade com o leitor.

O próprio jornal evidencia que mudou graficamente para buscando firmar “novo modelo de edição diante da força de outras mídias nesse século de informação a cada segundo, em cada lugar” (ZH 27/06/2009). A partir do referencial histórico sobre como se consolidou a visualidade dos jornais ao longo do tempo, podemos afirmar que a observação das capas de 20 edições do jornal Zero Hora nos dá respaldo para inferir que a introdução das tecnologias na redação influenciou na diagramação das páginas de forma visível. Observando as edições, especialmente, de forma cronológica fica claro que hoje temos muito mais elementos, como cor e outros grafismos e a qualidade da impressão também é agora muito superior. Vemos ainda que as páginas foram se moldando de forma a ficarem mais parecidas com o que vemos na internet. A divisão da capa em eixos horizontais e verticais que a assemelham aos menus e barras de navegação dos sites que conhecemos. O conteúdo central das capas seria, nessa lógica, a parte em que fica o principal da página, onde podemos usar barras de rolagem para subir e descer ao ler o conteúdo.

A mudanças mais notável com o aperfeiçoamento da técnica é a melhora nos métodos de reprodução, que hoje têm uma velocidade muito maior. O aumento na qualidade de impressão e a possibilidade do uso de diferentes tonalidades de maneira ilimitada nas páginas

torna-se evidente no decorrer das 20 edições da amostra. Talvez até por isso, muitas vezes, o jornal caia em tanto excessos. A intenção de, com utilização dos recursos disponíveis, justificar os gastos com equipamento tecnológico pode acabar gerando páginas ruidosas, como alguns exemplos mostrados na análise. A facilidade que a informática trouxe para a questão da edição das páginas, que hoje com alguns cliques podem ser completamente modificadas, e para a adição de matérias na edição, mesmo que nos últimos minutos do fechamento, pode ser fator de influência no aumento da média de matérias na capa nos últimos anos. É importante, no entanto, ressaltar que a capa é um espaço que pauta o leitor, que deve informá-lo de maneira clara quais os fatos importantes do dia.

Esta hierarquização dos fatos fica, por vezes, prejudicada nas capas de Zero Hora. O excesso de informação, imagem e cor lembra as páginas de jornais tabloides voltados a públicos mais populares. ZH, no entanto, busca ser um jornal sério e concentra 49% dos seus leitores nas classes A e B⁴⁰. No contexto regional, pode-se dizer que o jornal, apesar dos problemas, possui características gráficas de uma publicação jornalística séria. Partindo para um contexto nacional, em que o espectro de periódicos para comparação abrange alguns dos maiores jornais do país, que na sua grande maioria adotam o formato standard, Zero Hora ficaria graficamente como um intermediário entre o popular e o sério. Afinal, a publicação ainda comete excessos que deveriam ter ficado no passado quando o jornal buscava se desvincular da imagem do seu precursor, o jornal Última Hora.

⁴⁰ Dados do Mídia Kit de Zero Hora, disponível em: <http://publicidade.clicrbs.com.br/zh/about?uf=1>

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As tecnologias digitais hoje fazem parte tanto das atividades mais simples como das mais complexas da vida cotidiana. Sua introdução acelerou processos e facilitou rotinas. No jornalismo não foi diferente. A partir do desenvolvimento da comunicação em rede, de modo especial, atualmente podemos ter acesso à informação sobre qualquer lugar do mundo, não importando onde estamos. Os avanços tecnológicos, não só aprimoraram os suportes para informação já existentes, como também possibilitaram o estabelecimento de novas plataformas. Atualmente, esses avanços ocorrem de maneira muito mais rápida e sistemática, recursos lançados no exterior não demoram mais o mesmo tempo para chegar ao Brasil do que há 20 anos. Entre a criação do primeiro jornal e o início da utilização de impressoras offset decorram muito mais anos que entre a compra desses equipamentos e a informatização total das redações no país. Na atualidade, acompanhamos os impactos tecnológicos em nossas vidas em tempo real.

Sistematizar e compreender esses impactos no design de jornais impressos foi a principal motivação deste trabalho. Recapitulando como se estabeleceu a forma dos periódicos, pudemos acompanhar o desenvolvimento de publicações que inicialmente muito se assemelhavam aos livros e foram ganhando forma e organização próprias que os estabeleceu como os jornais que conhecemos hoje. O aperfeiçoamento da forma de apresentação do produto jornalístico foi impulsionando o desenvolvimento de novos equipamentos para tornar a tarefa mais fácil e vice-versa. A consolidação da profissão na sociedade, com o estabelecimento de valores-notícia para guiar a escolha do conteúdo publicado, levou a uma valorização da informação em detrimento à opinião. Assim, passou-se a privilegiar relatos mais objetivos e de interesse para os leitores da publicação.

Com isso, ganhou-se em relevância na profissão bem como para o produto jornalístico como um meio de informação de credibilidade. Assim, germinou a ideia de valorizar graficamente o material produzido na redação, uma vez que o aumento do volume de informação nas publicações tornou eminente a necessidade de organizar os dados nos jornais. Editores e diagramadores precisavam de maneiras de mostrar ao leitor quais os fatos mais importantes de um dia, evidenciando os valores editoriais da publicação. Tal fenômeno gerou reformas gráficas em jornais de todo o mundo, buscando evidenciar visualmente o que era mais importante e organizando os elementos nas páginas.

Os profissionais passaram a compreender que a escolha de fontes e de cortes para fotos não poderia ser feita de maneira aleatória. Cada elemento colocado em uma capa deveria ser pensado para que se pudesse atingir o objetivo desejado. Com a possibilidade da impressão a cores, podia-se ganhar em diversos aspectos para atrair o olhar do leitor. A informática aumentou a quantidade de recursos disponíveis para se tornar uma capa atrativa. Necessitava-se – assim como ainda hoje acontece – do bom senso do profissional que organizava esses elementos disponíveis na página para torná-la legível, clara e atraente. Assim, com o desenvolvimento das técnicas e um maior entendimento de como o olhar humano interpreta o que vê, a apresentação gráfica ganhou status de parte indispensável para a formação da identidade visual de uma publicação e também para impulsionar os lucros.

A tecnologia digital, apesar de ter ajudado a desenvolver e consolidar o jornal impresso que conhecemos hoje, trouxe, com a internet, novas situações que obrigaram este meio a se adaptar. O jornalismo online, no Brasil, iniciou-se nos anos 1990 e, nos anos 2000, vem se consolidando como um novo espaço para a difusão da informação. Estudos relacionando as duas mídias são todos recentes e, principalmente pela constante transformação do suporte online, no qual ainda há muita experimentação, são pouco conclusivos. Assim, buscamos aqui relacionar estes dois formatos de jornais efetuando o caminho inverso feito nos primórdios do jornalismo online para que pudéssemos realizar inferências relevantes ao campo estudado.

Analisando e comparando capas dos últimos 20 anos do jornal Zero Hora pudemos identificar que hoje há elementos gráficos presentes no papel remetendo à visualidade que vemos em tela. As barras largas que separam o conteúdo na página impressa como as barras de navegação que encontramos na maior parte dos sites, a separação de conteúdos sempre presentes no jornal – como as chamadas de caderno – em eixos superiores horizontais, recriam as molduras de sites que vemos na *web*. Diferente do que vemos em tela, não temos

uma barra de rolagem para o conteúdo que fica entre essas molduras. Daí a importância de selecionar cautelosamente o que será destacado na capa impressa.

A primeira página do jornal não consegue nem deve abordar tudo que a capa de um site pode. Afinal, seu espaço possui limitações físicas que impedem os editores de colocar tanta informação quanto eles desejariam. Aí entra o trabalho do diagramador para hierarquizar graficamente o conteúdo que será colocado na página. Para isso, como visto nos exemplos das capas do jornal Zero Hora, seria necessário muitas vezes diminuir a quantidade de conteúdo para se obter resultados mais satisfatórios. Além disso, o uso coordenado e cauteloso da cor é indispensável, uma vez que o excesso de tonalidades em uma página cria desequilíbrio por sugerir muitos pequenos grupos no espaço disponível.

Uma vez que a área do papel não é infinita e nem estendível, como é o espaço na web, fica ainda mais evidente a necessidade de um filtro nítido na escolha dos conteúdos para a capa do jornal. Nota-se a partir deste estudo, contudo, que houve um aumento da quantidade de informação nas capas dos jornais. Esse incremento na quantidade sem uma estratégia sólida para organizar e distribuir de maneira coerente as matérias na primeira página de maneira alguma faz com que o periódico ganhe em informação. Afinal, informação visualmente ruidosa não é facilmente compreendida e, assim, não surte o efeito que poderia, caso estivesse disponibilizada de maneira mais simples. A simplicidade na hora da montagem de uma página não significa pobreza de conteúdo visual, ela evidencia uma preocupação com a rápida assimilação dos conteúdos e denota preocupação do jornal para que o leitor ache o que precisa da maneira mais fácil possível.

As inferências que realizamos neste trabalho são de relevância para a área do conhecimento, no entanto, retratam apenas uma pequena parcela do que ainda pode se desenvolver em relação a este campo. O tempo restrito possibilitou esta primeira avaliação das mudanças identificadas na visualidade do impresso desde o surgimento e da difusão de diversas novas tecnologias, mas não deixou esgotar todas as questões pertinentes ao assunto. A relevância que o jornalismo online vem ganhando em nossa sociedade abre portas para que outros estudos mais longos possam ser desenvolvidos para ajudar a entender as mudanças necessárias no impresso para que siga com seu espaço sem se sentir ameaçado pelo novo suporte. O impresso construiu historicamente sua credibilidade junto aos leitores e, dependendo de sua linha editorial, pode ter caráter mais analítico. Cabe aos profissionais saber evidenciar esse diferencial de maneira gráfica no caso das capas, evidenciando a hierarquia em suas páginas. Afinal, é crucial que um meio de espaço restrito, como o jornal,

deixe claro visualmente quais as matérias mais importantes, ainda mais nos tempos de hoje em que na internet temos uma avalanche de conteúdos disponíveis.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Alzira Alves de. **A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50**. Rio de Janeiro: FGV, 1996.
- ANTUNES, E. Os tempos no discurso do jornal: fotografia, títulos e diagramação. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28, 2005. Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1904/17383>. Acesso em: 19 set. 2010.
- BAHIA, Juarez. **Jornal história e técnica**. São Paulo: Ática, 1990.
- BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa: Brasil – 1900-2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- BARBOSA, S. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD)** – Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. Tese de Doutorado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas da UFBA. Salvador, 2007.
- BARNHURST, Kevin G. **The Newspaper**. New York: St. Martin's Press, 1994.
- BELOCHIO, Vivian. **O jornalismo digital e os efeitos da convergência: meta-informação, encadeamento midiático e a cauda longa invertida**. Apresentado no XXXIII Intercom. Curitiba, 2009.
- BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: Understanding new media**. Cambridge: The MIT Press, 1999.
- CANGA LAREQUI, Jesús. **El diseño periodístico en prensa diária**. Madrid: Bosh Casa Editorial, 1994.
- CAPPARELLI, Sérgio. Alguns dispositivos online da imprensa de referência internacional. In: PERUZZO, Cicilia M. K. & ALMEIDA, Fernando F.de (orgs.). **A mídia impressa, o livro e as novas tecnologias**. São Paulo, SP: Intercom, 2002.
- CASTEDO, Raquel da Silva e GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. O projeto gráfico de periódicos científicos: uma contribuição aos roteiros de avaliação. In: **Em Questão: Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS**. Porto Alegre –Vol. 11, n. 2, jul./dez. 2005
- CHARAUDEAU, P. **Le discours d'information médiatique**. Paris: Nathan, 1997
- CHARTIER, Roger. Da história da cultura impressa à história cultural do impresso. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo – Volume XXVIII, n.1, p.81-104, jan/jul 2005.
- COLLARO, Antônio Celso. **Projeto Gráfico: teoria e prática da diagramação**. São Paulo: Summus, 2000, 4ª Ed.
- CONHEÇA O PARQUE GRÁFICO JAYME SIROTSKY. Disponível em: http://www.clicrbs.com.br/zerohora/swf/html_45Anos/index.html Acesso em: 22 jan. 2010
- COSTA, Luciano Martins. **Apetite da RBS expande-se para o norte**. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=396IPB00>. Acesso em: 30 abr. 2010
- COSTELLA, Antonio F. **Comunicação do Grito ao Satélite**. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2002, 5ª Ed.

- DE SOUSA, Roberto Pompeu, entrevista concedida à Revista de Comunicação, n. 7, Rio de Janeiro, 1986.
- DEBRAY, Régis. **Curso de midiologia geral**. Petrópolis: Vozes, 1993.
digital. In: Anais do II SBPJor. Salvador, 2004.
- DINES, Alberto. **O Papel do Jornal**. Tendências da comunicação e do jornalismo no mundo em crise. São Paulo: Artenova, 1977. 3ª Ed.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997, 2ª edição.
- FELIPPI, Ângela. O processo produtivo do jornal Zero Hora: a estratégia do “localismo”. In: Revista Famecos. Porto Alegre, nº 34, dezembro de 2007.
- FERREIRA JUNIOR, José. **Capas de Jornal**. A primeira imagem e o espaço gráfico visual. São Paulo: Senac, 2003.
- FINBERG, Howard I. e ITULE, Bruce D. **Visual Editing** - a graphic guide for journalists. Belmont: Wadsworth Publishing Company, 1989.
- FREIRE, Eduardo Nunes. O design no jornal impresso diário. Do tipográfico ao digital. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p.291-310, dez. 2009.
- FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. São Paulo: Edições Rosari, 2006.
- GARCIA, Mario R. **Contemporary Newspaper Design**. A structural approach. Englewood Fields: Prentice-Hall, 1987.
- GILES, Vic e HODGSON, F. W. **Creative Newspaper Design**. Oxford: Heinemann Professional, 1990.
- GRUPO RBS - Rede Brasil Sul de Comunicação. **Comunicação é a nossa vida: 1957-2007 = Communication is our life**. Porto Alegre: Grupo RBS, 2007.
- GRUZYNSKI, Ana Cláudia. **Design Gráfico: do invisível ao ilegível**. São Paulo. Edições Rosari, 2008.
- GUIMARÃES, Luciano. **As Cores na Mídia: a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2003
- HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- HUTT, Allen e JAMES, Bob. **Newspaper Design Today – A Manual for Professionals**. Londres: Lund Humphries Publishers, 1989.
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- LARANGEIRAS, Álvaro Nunes; QUADROS, Cláudia Irene de. **Assim caminha o jornalismo do século XXI: do digital ao neo-analógico**. XVI Encontro da Compós: Curitiba, 2007. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_239.pdf. Acesso em: 13 de set. de 2010.
- LESSA, Washington Dias. **Dois estudos de comunicação visual**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.
- LIMA, Samuel P. O futuro da mídia impressa na sociedade da informação. In: **Rastros**: Revista do Núcleo de Estudos em Comunicação. Joinville, SC Vol. 9, n.10 (out. 2008), p. 25-36.

- LOCKWOOD, Robert. **News by Design**. A survival guide for newspapers. Colorado: Quark Press, 1992.
- LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**: guia para designers, escritores e estudantes. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
- LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Brasília: UnB, 1996.
- MACHADO, Arlindo. **As imagens técnicas: da fotografia à síntese numérica**. In: _____. Pré-cinemas e pós-cinemas. Campinas: Papirus, 1997.
- MEYER, P. **Os jornais podem desaparecer?** Como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo: Contexto, 2007.
- MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web**: Uma Contribuição para o Estudo do Formato da Notícia na Escrita Hipertextual. Tese de Doutorado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas da UFBA. Salvador, 2003.
- MOHERDAUI, Luciana. **Guia de Estilo Web**: produção e edição de notícias online. São Paulo: Senac, 2007.
- MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell (org). **O jornal**. Da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- NETO, Laudelino Santos. Guevara, Revolução Gráfica e Modernização. In: SARDÁ, Laudelino José (org.). **Da Oliveti à Internet**. Políticas e técnicas da notícia. Tubarão: Editora Unisul, 2007, p. 70 – 81.
- O VALOR DO DESIGN: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico. São Paulo: Editora Senac São Paulo; ADG Brasil Associação dos Designers Gráficos, 2003.
- PALACIOS, M. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. In: **Jornadas de Jornalismo Online**. Departamento de Comunicação e Artes a Universidade da Beira Interior (Portugal), 2002. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf. Acesso em: 10 set. 2010.
- PAVLIK, John. O impacto das novas tecnologias da informação na prática do jornalismo. In: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo vol. 23, n. 1 (jan./jun. 2000), p. 139-150
- PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia**: os bastidores do telejornalismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.
- PIVETTI, Michaela. O diálogo gráfico/editorial: projeto gráfico e hipóteses de trabalho. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28., 2005. Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1676-1.pdf>> Acesso em: 16 de maio de 2010.
- RECCHIA, Mariângela. **Da Remington à Redação Integrada**: incorporação de tecnologias na prática jornalística e a transformação da visualização da notícia no jornal Zero Hora. 2010. 350 f. Dissertação (Mestrado em Concentração em Comunicação midiática) - Universidade de Santa Maria, Santa Maria. 2010.
- SAMARA, Timothy. **Grid**: construção e desconstrução. Cosac Naify, São Paulo: 2007.

- SARDÁ, Laudelino José. Quando a Velocidade Atropela a Razão. In: SARDÁ, Laudelino José (org.). **Da Oliveti à Internet**. Políticas e técnicas da notícia. Tubarão: Editora Unisul, 2007, p. 58 – 69.
- SILVA, Ildo. Equipes Mínimas e Notícia Veloz. In: SARDÁ, Laudelino José (org.). **Da Oliveti à Internet**. Políticas e técnicas da notícia. Tubarão: Editora Unisul, 2007, p. 53 – 57.
- SILVA, Rafael Sousa. **Diagramação**: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985.
- SILVEIRA, Alex da. **A trajetória do JB Online até incorporar o Jornal do Brasil, que deixa sua edição impressa**. Publicado em 01 set. 2010. Disponível em: <<http://alexdasilveira.com/?p=1022>>. Acesso em: 10 set. 2010.
- SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura**: a comunicação e seus produtos. Petrópolis: Vozes, 1996.
- SOUSA, Jorge Pedro de. **Elementos de Jornalismo Impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.
- SOUZA, Luís Adolfo Lino. **Qual foi a evolução do projeto gráfico da capa de Zero Hora até chegar aos dias atuais?** Publicado em 28 nov. 2008. Disponível em: <<http://bit.ly/dnmobD>>. Acesso em: 20 mai. 2010.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
- TRENCH, Daniel e STORLASKI, André. A notícia e o diagrama: entrevista inédita com Amilcar de Castro. **Novos Estudos**. – CEBRAP. São Paulo, n. 78, p. 131-143, Julho de 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002007000200012&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 4 de Junho 2010.
- VELA, Norah Shallymar Gamboa. Notícias para ver. Uma introdução ao estudo morfológico dos projetos gráficos de jornais. XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife, 1998.
- VILLAS-BOAS, André. **O que é – e o que nunca foi – design gráfico**. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2006.
- ZERO HORA TEVE "UM DOS MELHORES ANOS DE SUA HISTÓRIA". Publicado em: 20 dez. 2005. Disponível em: <http://www.coletiva.net/site/especial_detalhe.php?idNoticia=13572&idEspecial=4>. Acesso em: 16 jan. 2010.
- ZERO HORA. **Padrão Zero Hora**: normas de redação, edição e diagramação. Porto Alegre: RBS Jornal, 1990.

APÊNDICE

Zero Hora ano: 1990		Matérias: 8											
Comercial		2,40%											
Educativa		Imagem 28,91%											
Colunas		Texto 63,52%											
5													
ÁREA		Box com foto ao lado do logo											
GRID													
NÍVEIS TEXTO		SERIFA	SANS	NORMAL	BOLD	ITALICO	PB	COR	CX ALTA	CX BAIXA	SOBRE IMAGEM	SB FUNDO	OUTROS
Manchete Principal	X			X			X			X			
Links de apoio													Abaixo da foto
Manchete secundária	X			X		X	X			X			Em box
Manchete terciária	X						X			X			
Manchete quaternária													
Corpo de texto	X			X			X			X			Bold no lead
Titb cham maiores	X			X			X		X	X			Hoje em cima de todas com uma barra/
Cartola	X						X		X	X			
Chamada p/página	X			X			X		X	X			Junco com outras chamadas comuns
Chamada p/caderno	X			X			X		X	X			Mistura de estilos. Bold sans antes dos dois pontos e com serifa depois
Legenda							X		X	X			
	Horizont			Horizont			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			
	Vert			Vert			Vert			Vert			
	Quad			Quad			Quad			Quad			
	C/B			C/B			C/B			C/B			
	Hor.			Hor.			Hor			Hor			

APÊNDICE B – Tabela de análise da capa de 1991

Zero Hora		ano: 1992		Materias: 8																						
ÁREA		Comercial		1,41%																						
GRID		Editorial		Logo 5,18%																						
		Cobrus		Imag 30%																						
				Texto 63,42%																						
		4																								
NÍVEIS TEXTO	Manchete Principal	SERIEA	X	SANS		NORMAL		BOLD		ITALICO		PB		COR		CX ALTA		CX. BAIXA	X	SOBRE IMAGEM		SB FUNDO		OUTROS	Primeira manchete com cartok.	
	Linha de spob																									
	Manchete secundária		X				X					X													Em uma box de linha fina.	
	Manchete terciária		X						X			X													Em uma box de linha superior grossa para separar da outra matéria).	
	Manchete quaternária		X				X					X														
	Corpo do texto		X				X					X														
	Título cham. menores		X				X					X														
	Cartok			X				X				X														
	Chamada p/página			X				X				X														
	Chamada p/ caderno		X				X					X														Com ilustração, mas sem diferenciação.
IMAGEM	Legenda		X				X				X														Mistura de tipos como nas anteriores.	
	Foto Princíp.	Horizont	X	Foto2		Horizont	X					Foto 4		Hor											Foto principal corresponde à manchete principal e poderia ser destacada como manchete secundária se tivesse um título. Foto 2 está em uma box de linha fina.	
	Ilustração 1	Vert	X				Vert								Vert											
		Quad					Quad								Quad											
		C/B	X				C/B	X							C/B											
	Ilustração 2	Horizont					Horizont								Horizont											
		Vert	X				Vert								Vert											
		Quad					Quad								Quad											
	Ilustração 3	C/B					C/B								C/B											
		Horizont					Horizont								Horizont											
Vert						Vert								Vert												
Ilustração 4	Quad					Quad								Quad												
	C/B					C/B								C/B												
	Horizont					Horizont								Horizont												
OUTROS ELEMENTOS	Ilustração 5																									
	Ilustração 6	Horizont																								
		Vert					Vert								Vert											
		Quad					Quad								Quad											
	Ilustração 7	C/B					C/B								C/B											
		Horizont					Horizont								Horizont											
		Vert					Vert								Vert											
	Ilustração 8	Quad					Quad								Quad											
		C/B					C/B								C/B											
		Horizont					Horizont								Horizont											
Ilustração 9	Vert					Vert								Vert												
	Quad					Quad								Quad												
	C/B					C/B								C/B												
Ilustração 10	Horizont					Horizont								Horizont												
	Vert					Vert								Vert												
	Quad					Quad								Quad												
Ilustração 11	C/B					C/B								C/B												
	Horizont					Horizont								Horizont												
	Vert					Vert								Vert												
Ilustração 12	Quad					Quad								Quad												
	C/B					C/B								C/B												
	Horizont					Horizont								Horizont												
Ilustração 13	Vert					Vert								Vert												
	Quad					Quad								Quad												
	C/B					C/B								C/B												
Ilustração 14	Horizont					Horizont								Horizont												
	Vert					Vert								Vert												
	Quad					Quad								Quad												
Ilustração 15	C/B					C/B								C/B												
	Horizont					Horizont								Horizont												
	Vert					Vert								Vert												
Ilustração 16	Quad					Quad								Quad												
	C/B					C/B								C/B												
	Horizont					Horizont								Horizont												
Ilustração 17	Vert					Vert								Vert												
	Quad					Quad								Quad												
	C/B					C/B								C/B												
Ilustração 18	Horizont					Horizont								Horizont												
	Vert					Vert								Vert												
	Quad					Quad								Quad												
Ilustração 19	C/B					C/B								C/B												
	Horizont					Horizont								Horizont												
	Vert					Vert								Vert												
Ilustração 20	Quad					Quad								Quad												
	C/B					C/B								C/B												
	Horizont					Horizont								Horizont												
Ilustração 21	Vert					Vert								Vert												
	Quad					Quad								Quad												
	C/B					C/B								C/B												
Ilustração 22	Horizont					Horizont								Horizont												
	Vert					Vert								Vert												
	Quad					Quad								Quad												
Ilustração 23	C/B					C/B								C/B												
	Horizont					Horizont								Horizont												
	Vert					Vert								Vert												
Ilustração 24	Quad					Quad								Quad												
	C/B					C/B								C/B												
	Horizont					Horizont								Horizont												
Ilustração 25	Vert					Vert			</																	

Zero Hora		ano: 1995		Matérias: 6									
ÁREA	Comercial	Logo fixa na horizontal											
	Editorial	Logo 12,21%											
		Baixa 47,64%											
GRID	Cobras	Texto 38,17%											
		3											
NÍVEIS TEXTOS	Manchete Principal	SERIFA	SANS	NORMAL	BOLD	ITALICO	PB	COR	CX ALTA	CX BAIXA	SOBRE DIMA GEM	SB FUNDO	OUTROS
	Linha de apoio	X				X				X		X	Com um marcador ao lado de cada título. Títulos chamadas do mesmo assunto. Elemento principal em box de fundo branco.
	Manchete secundária	X		X			X			X			
	Manchete terciária	X		X			X			X			
	Manchete quaternária												
	Corpo do texto	X		X			X			X			
	Título cham. menores												
	Cartela												
	Chamada p/página		X			X				X			
	Chamada p/caderno												
Legenda	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Segue a mistura de tipos de fontes na legenda.
IMAGEM	Foto Princip.	Horizontal	Foto2	Horizontal	Foto3	Hor	Foto4	Hor	Foto5				
		Vert	X	Vert		Vert		Vert					
		Quad.		Quad	X	Quad		Quad					
		C/B	X	C/B	X	C/B		C/B					
	Ilustração 1	Horizontal		Hor.		Horizontal							
		Vert		Vert		Ilustração 3							
		Quadada		Quad									
		C/B		C/B									
	TABUA	Anul. acima do logo.											
		Imagem	X	Imagem									
OUTROS ELEMENTOS	Fundo	X	Fundo										
	Sub 1	X	Selo 2										Selo camaval 195 com carnasfeiras no meio do confete e serpentina.
		X											
		X											
		X											
		X											
		X											
		X											
		X											
		X											

APÊNDICE F – Tabela de análise da capa de 1995

Zero Hora ano: 1996		Matérias: 9												
Comercial		3,20%												
ÁREA		Logotipo 12,21%												
		Imagem 30,75%												
		Texto 53,14%												
GRID		3												
NÍVEIS TEXTO	Manchete Principal	SERIEA	SANS	NORMAL	BOLD	ITALICO	PB	COR	CX ALTA	CX BAIXA	SOBRE IMAGEM	SB FUNDO	OUTROS	
	Manchete secundária	X		X			X			X				
	Manchete terciária	X		X			X			X			Dentro da box de linha fina com fonte diferente.	
	Manchete quaternária	X	X		X		X			X			Box de recada e desamarelo linha fina e boxes de fundo azul claro dentro do boz maior.	
	Corpo do texto	X		X			X			X				
	Título cham. menores	X		X			X			X				
	Cartões	X		X			X		X					
	Chamada p/ página	X		X			X		X					
	Chamada p/ caderno	X		X			X		X				Embaixo da tarja azul do segundo caderno separadas por um marcador.	
	Legenda	X	X	X			X		X				A partir daqui legenda assume um padrão	
IMAGEM	Foto Princip	Horizont	Foto2	Horizont	Foto3		Foto4		Foto5					
		Vert	X	Vert										
		Quad	X	Quad	X									
		C/B	X	C/B	X									
	Destrução	Horizont		Destrução2		Destrução3								
		Vert												
		Quadrada												
		C/B												
		Horizont												
		Vert												
OUTROS ELEMENTOS	TARJA	Imagem												
		Fundo												
		Texto		Selo 2										
		Cor												
	Foto horizontal	Grosso												
		Fino	X	Foto 2 horizontal	Fino	X	Foto 3 vertical	Foto 4	Foto 5		Grosso			Os fios horizontais e verticais são usados para separar as matérias uma da outra e o
		Cor									Fino			
		PB	X								Cor			
												PB		

APÊNDICE G – Tabela de análise da capa de 1996

Zero Hora ano: 1998		Matérias: 5											
Comercial		6,79%											
ÁREA		Logo 12,21%											
Editorial		Imag 45,77%											
Cobinas		Texto 37,23%											
GRID		3											
NÍVEIS TEXTO	SERIEA	SANS	NORMAL	BOLD	ITALICO	PB	COR	CX ALTA	CX. BAIXA	SOBRE DIAGEM	SB FUNDO	OUTROS	
	Manchete Principal	X		X		X			X				
	Linha de apoio											Dentro de box de linha fina.	
	Manchete secundária	X		X		X			X			Dentro de box de linha fina.	
	Manchete terciária	X	X			X		X				Dentro de box de linha fina.	
	Manchete quaternária	X	X			X			X			Dois matérias abaixo da matéria secundária.	
	Copo do texto	X	X			X			X				
	Título cham. maiores												
	Cartola												
	Chamada p/ página		X		X		X			X			Materia terciária.
Chamada p/ caderno													
Legenda		X	X			X			X				
IMAGEM	Horizont	X	Horizont		Hor				Hor				
	Vert		Vert		Vert				Vert				
	Quad.	X	Quad	X	Quad				Quad				
	C/B	X	C/B	X	C/B				C/B				
	Horizont		Hor.		Horizont								
	Vert		Vert		Vert								
Quadada		Quadada		Quadada									
C/B		C/B		C/B									
Ilustração 1		Ilustração 2		Ilustração 3									
Ilustração 2		Ilustração 3		Ilustração 4									
Ilustração 3		Ilustração 4		Ilustração 5									
Ilustração 4		Ilustração 5		Ilustração 6									
Ilustração 5		Ilustração 6		Ilustração 7									
Ilustração 6		Ilustração 7		Ilustração 8									
Ilustração 7		Ilustração 8		Ilustração 9									
Ilustração 8		Ilustração 9		Ilustração 10									
Ilustração 9		Ilustração 10		Ilustração 11									
Ilustração 10		Ilustração 11		Ilustração 12									
Ilustração 11		Ilustração 12		Ilustração 13									
Ilustração 12		Ilustração 13		Ilustração 14									
Ilustração 13		Ilustração 14		Ilustração 15									
Ilustração 14		Ilustração 15		Ilustração 16									
Ilustração 15		Ilustração 16		Ilustração 17									
Ilustração 16		Ilustração 17		Ilustração 18									
Ilustração 17		Ilustração 18		Ilustração 19									
Ilustração 18		Ilustração 19		Ilustração 20									
Ilustração 19		Ilustração 20		Ilustração 21									
Ilustração 20		Ilustração 21		Ilustração 22									
Ilustração 21		Ilustração 22		Ilustração 23									
Ilustração 22		Ilustração 23		Ilustração 24									
Ilustração 23		Ilustração 24		Ilustração 25									
Ilustração 24		Ilustração 25		Ilustração 26									
Ilustração 25		Ilustração 26		Ilustração 27									
Ilustração 26		Ilustração 27		Ilustração 28									
Ilustração 27		Ilustração 28		Ilustração 29									
Ilustração 28		Ilustração 29		Ilustração 30									
Ilustração 29		Ilustração 30		Ilustração 31									
Ilustração 30		Ilustração 31		Ilustração 32									
Ilustração 31		Ilustração 32		Ilustração 33									
Ilustração 32		Ilustração 33		Ilustração 34									
Ilustração 33		Ilustração 34		Ilustração 35									
Ilustração 34		Ilustração 35		Ilustração 36									
Ilustração 35		Ilustração 36		Ilustração 37									
Ilustração 36		Ilustração 37		Ilustração 38									
Ilustração 37		Ilustração 38		Ilustração 39									
Ilustração 38		Ilustração 39		Ilustração 40									
Ilustração 39		Ilustração 40		Ilustração 41									
Ilustração 40		Ilustração 41		Ilustração 42									
Ilustração 41		Ilustração 42		Ilustração 43									
Ilustração 42		Ilustração 43		Ilustração 44									
Ilustração 43		Ilustração 44		Ilustração 45									
Ilustração 44		Ilustração 45		Ilustração 46									
Ilustração 45		Ilustração 46		Ilustração 47									
Ilustração 46		Ilustração 47		Ilustração 48									
Ilustração 47		Ilustração 48		Ilustração 49									
Ilustração 48		Ilustração 49		Ilustração 50									
Ilustração 49		Ilustração 50		Ilustração 51									
Ilustração 50		Ilustração 51		Ilustração 52									
Ilustração 51		Ilustração 52		Ilustração 53									
Ilustração 52		Ilustração 53		Ilustração 54									
Ilustração 53		Ilustração 54		Ilustração 55									
Ilustração 54		Ilustração 55		Ilustração 56									
Ilustração 55		Ilustração 56		Ilustração 57									
Ilustração 56		Ilustração 57		Ilustração 58									
Ilustração 57		Ilustração 58		Ilustração 59									
Ilustração 58		Ilustração 59		Ilustração 60									
Ilustração 59		Ilustração 60		Ilustração 61									
Ilustração 60		Ilustração 61		Ilustração 62									
Ilustração 61		Ilustração 62		Ilustração 63									
Ilustração 62		Ilustração 63		Ilustração 64									
Ilustração 63		Ilustração 64		Ilustração 65									
Ilustração 64		Ilustração 65		Ilustração 66									
Ilustração 65		Ilustração 66		Ilustração 67									
Ilustração 66		Ilustração 67		Ilustração 68									
Ilustração 67		Ilustração 68		Ilustração 69									
Ilustração 68		Ilustração 69		Ilustração 70									
Ilustração 69		Ilustração 70		Ilustração 71									
Ilustração 70		Ilustração 71		Ilustração 72									
Ilustração 71		Ilustração 72		Ilustração 73									
Ilustração 72		Ilustração 73		Ilustração 74									
Ilustração 73		Ilustração 74		Ilustração 75									
Ilustração 74		Ilustração 75		Ilustração 76									
Ilustração 75		Ilustração 76		Ilustração 77									
Ilustração 76		Ilustração 77		Ilustração 78									
Ilustração 77		Ilustração 78		Ilustração 79									
Ilustração 78		Ilustração 79		Ilustração 80									
Ilustração 79		Ilustração 80		Ilustração 81									
Ilustração 80		Ilustração 81		Ilustração 82									
Ilustração 81		Ilustração 82		Ilustração 83									
Ilustração 82		Ilustração 83		Ilustração 84									
Ilustração 83		Ilustração 84		Ilustração 85									
Ilustração 84		Ilustração 85		Ilustração 86									
Ilustração 85		Ilustração 86		Ilustração 87									
Ilustração 86		Ilustração 87		Ilustração 88									
Ilustração 87		Ilustração 88		Ilustração 89									
Ilustração 88		Ilustração 89		Ilustração 90									
Ilustração 89		Ilustração 90		Ilustração 91									
Ilustração 90		Ilustração 91		Ilustração 92									
Ilustração 91		Ilustração 92		Ilustração 93									
Ilustração 92		Ilustração 93		Ilustração 94									
Ilustração 93		Ilustração 94		Ilustração 95									
Ilustração 94		Ilustração 95		Ilustração 96									
Ilustração 95		Ilustração 96		Ilustração 97									
Ilustração 96		Ilustração 97		Ilustração 98									
Ilustração 97		Ilustração 98		Ilustração 99									
Ilustração 98		Ilustração 99		Ilustração 100									
Ilustração 99		Ilustração 100		Ilustração 101									
Ilustração 100		Ilustração 101		Ilustração 102									
Ilustração 101		Ilustração 102		Ilustração 103									
Ilustração 102		Ilustração 103		Ilustração 104									
Ilustração 103		Ilustração 104		Ilustração 105									
Ilustração 104		Ilustração 105		Ilustração 106									
Ilustração 105		Ilustração 106		Ilustração 107									
Ilustração 106		Ilustração 107		Ilustração 108									
Ilustração 107		Ilustração 108		Ilustração 109									
Ilustração 108		Ilustração 109		Ilustração 110									
Ilustração 109		Ilustração 110		Ilustração 111									
Ilustração 110		Ilustração 111		Ilustração 112									
Ilustração 111		Ilustração 112		Ilustração 113									
Ilustração 112		Ilustração 113		Ilustração 114									
Ilustração 113		Ilustração 114											

Zero Hora ano: 2000		Matérias: 6										
Comercial		15,50%										
Logo 12,21%												
Editorial		Imag 23,96%										
		Texto 48,83%										
Colunas		3										
ÁREA	SERIFA	SANS	NORMAL	BOLD	ITALICO	PB	COR	CX ALTA	CX. BAIXA	SOBRE IMAGEM	SB FUNDO	OUTROS
NVEIS TEXTO	Manchete Principal	X	X			X			X			
	Letra de apoio											
	Manchete secundária		X			X			X			
	Manchete terciária	X	X			X			X			
	Manchete quaternária	X	X	X		X	X		X			Duas chamadas da barra da direita cor vermelha para destacar CET.
	Corpo do texto	X	X			X			X			
	Título cham. menores		X		X		X	X				
	Cartão		X	X			X	X				
	Chamada p/ página	X	X		X		X		X			
	Chamada p/ caderno											Box de fio vermelho com ilustração de um cartão de visitas
IMAGEM	Legenda		X			X			X			Manchete secundária.
	Foto Princp.	Horizont	X	Horizont	X							
		Vert.		Vert.								
		Quad.		Quad								
		C/Borda	X	C/E								
	Ilustração 1	Horizont		Horizant								
		Vert.	X	Vert.								
		Quadrad		Quad								
		C/Borda		C/Borda								
	OUTROSELEMENTOS	TARJA										
Selo 1		Imagem		Imagem								
		Fundo		Fundo								
		Texto		Selo 3								
		Cor		Cor								
Fio horizontal		Grosso		Grosso	X							
		Fino	X	Fino								
		Cor		Cor								
		PB	X	PB	X							
Fio vertical		Grosso		Grosso								
	Fino		Fino									
	Cor		Cor									
	PB		PB									

APÊNDICE L – Tabela de análise da capa de 2000

Zero Hora ano: 2002		Matérias: 9		
ÁREA	Comercial	Logo 12,21%		
	Editorial	Imag 58,16%		
		Texto 49,63%		
GRID	Cobras	3		
NÍVELS TEXTO	Manchete Principal	X		
	Linha de apoio			
	Manchete secundária	X		
	Manchete terciária	X		
	Manchete quaternária	X		
	Corpo do texto	X		
	Título cham. menores	X		
	Cartões	X		
	Chamada/página	X		
	Chamada/p. caderno	X		
IMAGEM	Legenda	X		
	Foto Princíp.	Horizont Vert Quad C/B	Foto2 Foto3 Foto4 Foto5	
	Figura	Horizont Vert Quad C/B	Figura 2 Figura 3	
	TARJA	apresentada no logo e do segundo caderno		
	Selo 1	Imagem Fundo Texto Cor	Selo 3	
	Foto horizontal	Grosso Fino Cor	Foto 2 horizontal Foto 3 vertical	
	OUTROS ELEMENTOS	Imagem	Imagem Fundo Texto Cor	
		Foto vertical	Grosso Fino Cor	Foto 4 Foto 5
		Outros		
		Logo		
Manchete				
Cartões				
Chamada				
Legenda				
Foto				
Figura				

APÊNDICE N – Tabela de análise da capa de 2002

Zero Hora ano: 2003		Matérias: 6											
ÁREA		Comercial											
ÁREA		Logo 12,21%											
ÁREA		Imag 41,26%											
ÁREA		Texto 38,93%											
GRID		3											
NÍVEIS TEXTO		SERIFA	SANS	NORMAL	BOLD	ITALICO	PB	COR	CX ALTA	CX. BAIXA	SOBRE IMAGEM	SB FUNDO	OUTROS
Manchete Principal			X		X		X		X			X	Box amarelo demarcando toda a área principal da capa.
Linhas de apoio													
Manchete secundária			X		X			X	X			X	Dentro do box amarelo, chamada com letras verdes ao lado de ilustração e foto.
Manchete terciária			X		X		X			X		X	Dentro do box amarelo, chamada com duas fotos menores.
Manchete quaternária	X			X			X			X			Chamada fora do box amarelo.
Corpo do texto	X			X			X			X			
Título cham. menores													
Cartões													
Chamada p/ página													
Chamada p/ caderno			X					X				X	Chamadas no box amarelo para caderno vida (em verde fio) e caderno cultura (em azul). Chamada traço logo dos cadernos.
Legenda			X		X		X			X		X	Fotos e fio todas no box amarelo.
Foto Princp.	Horizont			Horizont		Hor							
	Vert	X		Vert	X	Vert							
	Quad.			Quad		Quad							
	C/Borda			C/E		C/E							
Distração 1	Horizont			Horizont		Horizont							
	Vert	X		Vert		Vert							
	Quadada			Quad		Quad							
	C/E			C/E		C/E							
TABELA	Terça e azul em cima do logo com chamada para 4h. clique.com.br												
	Imagem			Imagem									
	Fundo			Fundo									
	Texto			Texto									
Sub 1	Cor			Cor									
	Grosso			Grosso									
	Fino			Fino									
	Cor			Cor									
Fio horizontal	Cor			Cor									
	Grosso			Grosso									
	Fino			Fino									
	Cor			Cor									
Fio 3 vertical	Cor			Cor									
	Grosso			Grosso									
	Fino			Fino									
	Cor			Cor									
Fio 4	Cor			Cor									
	Grosso			Grosso									
	Fino			Fino									
	Cor			Cor									
Fio 5	Cor			Cor									
	Grosso			Grosso									
	Fino			Fino									
	Cor			Cor									
PE	Cor			Cor									
	Grosso			Grosso									
	Fino			Fino									
	Cor			Cor									
OUTROS ELEMENTOS	Imagem			Imagem									
	Fundo			Fundo									
	Texto			Texto									
	Cor			Cor									
Sub 3	Cor			Cor									
	Grosso			Grosso									
	Fino			Fino									
	Cor			Cor									
Fio 2 horizontal	Cor			Cor									
	Grosso			Grosso									
	Fino			Fino									
	Cor			Cor									
Fio 3 vertical	Cor			Cor									
	Grosso			Grosso									
	Fino			Fino									
	Cor			Cor									
Fio 3 vertical	Cor			Cor									
	Grosso			Grosso									
	Fino			Fino									
	Cor			Cor									
Fio 4	Cor			Cor									
	Grosso			Grosso									
	Fino			Fino									
	Cor			Cor									
Fio 5	Cor			Cor									
	Grosso			Grosso									
	Fino			Fino									
	Cor			Cor									
PE	Cor			Cor									
	Grosso			Grosso									
	Fino			Fino									
	Cor			Cor									

APÊNDICE O – Tabela de análise da capa de 2003

Zero Hora ano: 2007		Matérias: 10													
ÁREA	Comercial	Logo 12,21%													
	Editorial	Imag 35,28%													
	Colunas	Texto 52,51%													
NÍVEIS TEXTO	GRID	3													
	Manchete Principal	SERIFA	SANS	NORMAL	BOLD	ITALICO	PB	COR	CX ALTA	CX BAIXA	SOBRE IMAGEM	SB FUNDO	OUTROS		
	Linha de apoio	X	X	X			X			X					
	Manchete secundária		X		X		X		X			X	No box lavanda.		
	Manchete terciária														
	Manchete quaternária			X											
	Corpo do texto	X		X			X								
	Título cham. menores	X		X			X						Dentro da coluna da direita e mais duas do lado da manchete secundária.		
	Cartola		X		X			X				X			
	Chamada p/página		X		X			X							
	Chamada p/caderno	X			X			X			X		Chamada para os cadernos dentro de boxes coloridos na linha superior à manchete. Com os logos dos cadernos na terç. vertical. Todos com fotos. Segundo Caderno (amarelo) Terço (verde), e Sobre Fodas (azul).		
	IMAGEM	Legenda	X												
Foto Princip.		Horizont	X												
		Vert	X												
		Quad.	Foto2												
		C/B	Foto3												
Destaque		Horizont	X												
		Vert	X												
		Quad.	Foto 2												
		C/B	Foto 3												
OUTROS ELEMENTOS		TARJA	Vermelha sobre o logo e vermelha dividindo a linha de seis abaixo do logo com os logos de cada caderno correspondente às chamadas.												
		Sub 1	Imagem	X											
			Fundo	X											
	Texto		X												
	Cor		X												
	Flo horizontal	Grosso	X												
		Fino	X												
		Cor	X												
		PB	X												

APÊNDICE S – Tabela de análise da capa de 2007

Zero Hora		ano: 2009		Matérias: 9										
ÁREA	Comercial	Logo 12,21%				com selo vto. Encadernação tráfego e chamada para zerohora.com								
	Ehbrah1	Imag 30,42%												
	Colmas	Texto 57,37%												
GRID	3													
NVEIS TEXTO	Manchete Principal	SERIFA	SANS	NORMAL	BOLD	ITALICO	PB	COR	CX ALTA	CX BAIXA	SOBRE IMAGEM	SB FUNDO	OUTROS	
	Linka de apoio		X	X	X			X	X			X	Manchete em uma box preto varia em e bold e normal. Usa amarelo e branco.	
	Manchete secundária	X	X	X			X	X		X		X	Fundo preto.	
	Manchete terciária		X		X		X	X		X		X	Chamada de grenal em box verde com ilustração e selos.	
	Manchete quaternária													
	Corpo do texto	X		X						X				
	Titulo cham. menores	X		X						X				
	Cartão		X		X					X				
	Chamada p/ página		X								X			
	Chamada p/ caderno	X		X		X		X			X		X	Chamadas para os cadernos na linha superior. Linha verde mostrando que o dia é domingo. Cada chamada em uma box com foto out fundo colorido. Cada box com o logo do caderno em cima. Se o de zerohora.com tem o logo embaixo.
IMAGEM	Legenda	Horizont	X	Horizont	X					X				
	Foto Princip.	Vert		Vert	X									
		Quad		Foto2	Quad									
		C/Borda			C/B					Foto 5				Foto principal acompanhada manchete e está no box preto. Foto 2 e 3 estão nas chamadas para cadernos da linha superior
Destaque 1	Horizont													
	Vert	X	Destaque 2	Vert										
	Quad			Quad										
OUTROS ELEMENTOS	Selo 1	C/Borda		C/Borda										
		Imagem	X	Imagem	X									
		Fundo	X	Selo 3	Fundo	X								
		Texto	X		Texto	X								Selo 1 100 anos de grenal com os símbolos do grenal e inser. E selo prancheta ZH.
Foto horizontal	Foto horizontal	Cor	X	Cor	X									
		Grosso	X	Grosso	X									
		Fino		Fino										
		Cor	X	Foto 2 horizontal	Cor									Foto grossos selos usados acima das cantoneiras e fio preto grosso marcando a margem inferior do jornal.

HOJE

ESPORTES
Amarildo, a zebra italiana /31

MUNDO
Bush não desiste de pegar Noriega /12

POLÍCIA
Preso bando que roubou carga de couro /28

SONEGAÇÃO
Habeas liberta o empresário /29



PORTO ALEGRE, 2ª FEIRA — 1ª 01.90
ANO XXVI — Nº 8885 — NCeS 6,00

FUTEBOL

Sugestão de Winck ao Inter: formar seus craques



Bela relanço: Winck joga no Colégio Dom Bosco

Economia da Argentina a caminho da dolarização

□ A Argentina abre o ano com nova tentativa de liquidar a inflação. No primeiro dia útil, amanhã, haverá feriado bancário na Argentina

O presidente Carlos Menem deve anunciar amanhã, em feriado bancário no primeiro dia útil do ano novo, um plano de ajuste econômico que vai levar a Argentina à dolarização. A principal medida aguardada é uma revalorização do dólar, que passaria a ter uma cotação fixa ao redor de 4.000 austrais, que representará o dobro do valor de comercialização no mercado livre na sexta-feira. A moeda americana passaria a circular com total liberdade, inclusive para depósitos bancários, e seria utilizada sem restrições também em contratos e transações.

Além disso, devem ser reajustadas as tarifas públicas e o salário mínimo, e haverá uma forte correção nos impostos.

Sábado à noite o ministro Antonio Ermas González, da Economia, falou em cadeia de rádio e TV, na tentativa de demonstrar que o plano consiste na dolarização da Argentina, que fechou dezembro com uma inflação de 49%. Mas ontem a expectativa em Buenos Aires confirmava as informações até agora divulgadas, de que o governo deve mesmo desvalorizar o austral e pode inclusive adotar uma nova moeda, o "federal", mesmo que ninguém no governo confirme as notícias de que o plano será de fato concebido nesta terça-feira. Com o feriado bancário de amanhã, a Argentina ficará praticamente parada durante cinco dias, pois os bancos estão fechados desde sexta-feira. Sábado, a população promoveu uma corrida aos supermercados, tentando desabastecimento ou a explosão nos preços.

O presidente Carlos Menem tentará agora, se for confirmada a dolarização, recorrer a uma estratégia já adotada pela Bolívia e por Israel. Com o dólar sem armadas, ele espera conter as expectativas inflacionárias. Mas já enfrenta resistências aos ajustes. A Central Operária Argentina (CGT), liderada pelo peronista Saúl Ubaldini, já anunciou que não apoia o plano. E o presidente da Câmara Argentina de Comércio, Carlos de la Vega, admitiu que "a grande massa da população pagará um preço muito grande pelos medos".



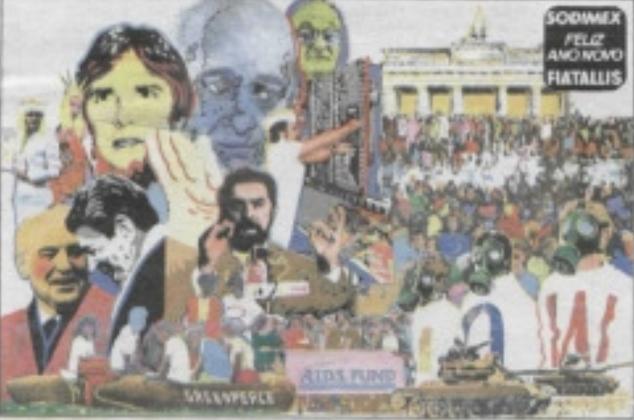
/14 Carlos Menem

SEGUNDO CADERNO
Flores de Aço, sucesso que vem aí

LEIA



Hoje com 790 ofertas



ANOS
80

Como dominó, as ditaduras latino-americanas foram caindo uma a uma, as repúblicas socialistas foram derrubando estúdios e dogmas, os índices inflacionários foram crescendo. Tudo se encadeou nos anos 80. Houve homens errados e esperanças certas. A história em marcha.

/CADERNO ESPECIAL

Da abertura brasileira ao vendaval no Leste Europeu

ZERO HORA
PORTO ALEGRE, 6ª FEIRA — 17.151
ANO XXVII — N° 9511 — C\$ 10.000

Exatidão: o vôo de São Paulo e com êxito, no espaço doméstico.

Iraque se compromete a acertar os termos para o cessar-fogo

O O Estado foi feito pelo presidente dos EUA, que não definiu a data ou o local do encontro. A declaração ocorreu no momento de guerra. Um total de 175 mil soldados iraquianos foram vistos capturados, e 40 mil mortos nos combates.

O governo do Iraque se manteve firme na decisão de não aceitar a proposta de cessar-fogo, apesar de reconhecer a superioridade tecnológica dos aliados. O líder iraquiano afirmou que o país não se rendeu, mas que o Iraque não está disposto a lutar mais.

As negociações entre os dois países, no entanto, não parecem ter avançado. O presidente Bush afirmou que o Iraque deve aceitar as condições de paz propostas pelos Estados Unidos.

Magde, antes de partir de um dos Estados em estado de alerta. /14 a 20

ECONOMIA
IR na Fonte terá correção de 25% em fevereiro /23

Veja pág. 07

ZERO HORA
PORTO ALEGRE, DOMINGO — 1.311
ANO XXVII — N° 9578 — C\$ 1.200,00

KYALAMI
Na estréia, Senna larga em segundo
/34 a 37

Passarinho admite Governo conhecia acusação de suborno contra Magri

O ministro da Justiça, Tarso Genro, admitiu, ontem, que o filho do presidente Fernando Collor conhecia a acusação de suborno contra o senador Magri. Genro afirmou que o filho dele, o senador Magri, foi acusado de receber propina de uma empresa para a obtenção de um contrato com a Força Aérea Brasileira.

Genro afirmou que o filho dele, o senador Magri, foi acusado de receber propina de uma empresa para a obtenção de um contrato com a Força Aérea Brasileira.

Boas de Colômbia e Japão e Japão e Japão no dia 21 de março. /14 a 16

Rússia resgata em março o cosmonauta abandonado /14 a 16

HOJE
CASERNO DE ECONOMIA

TURISMO
Visto, prevê (seguro) à BRS-31-SUI

INÍCIO
Vant. salva armamentos e calçados

VESTIBULAR
A lista de remanejamento na UFRGS

CLASSIFICADOS
Hoje com 5.595 ofertas

NOVA NORUEGA
Atentado ainda é um mistério

Página 14



Fevereiro acabou com dia de luxo na praia

Página 26

AUMENTO
Ombros de Porto Alegre a Cr\$ 7 mil hoje

Página 20

TEMPO

Amanhã (segunda) mais tempo de sol

Semana começa com instabilidade

Página 26

POLÍCIA
Espinho no celestário

São João

Página 28



O DIÁRIO

SIBERIA
O martírio de quem é obrigado a trabalhar a -45°C

Páginas 30 e 31



O laborador da Sibéria precisa trabalhar com calor

Haddad se irrita com o ultimato de Itamar

Ele conversou com seu secretário, o senador da Zinabá, Paulo Haddad, já mesmo depois de ter sido informado de que o ultimato de Itamar era irrevocável. Apesar das evidências de que Haddad não estava a crer, o senador segue seu plano. Está disposto a dar uma lição.

que seja penalizado em relação à política econômica e ao projeto de reforma da Previdência Social. Haddad não se dá por vencido e se prepara para enfrentar o ultimato de Itamar. Apesar das evidências de que Haddad não estava a crer, o senador segue seu plano. Está disposto a dar uma lição.

Página 16

CIDADES
Prefeituras armiam redes de informação para barrar os migrantes

Tensões de que a chegada de pobres provoca uma queda na qualidade de vida, visto que os migrantes não possuem recursos para enfrentar o elevado custo de vida. Há também a preocupação de que os migrantes possam trazer doenças e outros problemas. Há quem diga que os migrantes são responsáveis por 80% da população.

Páginas 34 e 35



Central em Novo Hamburgo vai lançar aplicativo para controle de frequência de projetos

Cláudio Haddad se irrita com o ultimato de Itamar. Apesar das evidências de que Haddad não estava a crer, o senador segue seu plano. Está disposto a dar uma lição.

Página 11

Livro do ex-porta-voz não poupa Collor

Cláudio Haddad se irrita com o ultimato de Itamar. Apesar das evidências de que Haddad não estava a crer, o senador segue seu plano. Está disposto a dar uma lição.

Página 11

COMO GANHAR UM APÊ DE GRACA DO SEU JORNAL.

Guia da URV

O ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso, lançou o Guia da URV (Unidade Real de Valor) que nasce como indicador da economia e deverá transformar-se na nova moeda brasileira. Na primeira etapa, a documentação camuflada deverá atingir apenas os salários.



INDICADORES

URV Cr\$ 647,50
Dólar paralelo

Compra vende
625,00
615,00

TR de hoje 20,86%
Página 20 a 25

CABIMHO ESPECIAL

TRANSPORTE
Passagens de ônibus estão mais caras hoje

Página 30



Caças da Otan derrubam quatro aviões sérvios

Caças F-16 da EUA derrubaram quatro aviões da Sérvia que violaram o espaço aéreo da Otan. O presidente Bill Clinton falou também a Sérvia. Páginas 18 e 19

POLÍTICA
Itamar adia decisão sobre futuro da ministra dos Transportes

Página 8

ANEXO C – Capas de Zero Hora de 1º de março de 1994 e 1993

ZERO HORA
 Ano 32 - Nº 11.152 - 2ª Edição - PORTO ALEGRE, SEXTA-FEIRA, 1º DE MARÇO DE 1996
 R\$ 1,10

FH exige clareza para evitar CPI

O presidente Fernando Henrique Cardoso escolheu a arma da clareza para neutralizar o barulho provocado pela fraude ocorrida no Banco Nacional. FH pretende evitar a instauração de uma CPI do sistema financeiro, pelo desagrave que proporcionar ao governo. O presidente do Banco Central, Carlos Lacerda, foi instruído a reunir os dados necessários para a elaboração de uma reportagem que desmonte os fatos e a situação do sistema financeiro no Congresso. Paralelamente, líderes do governo atuaram em outro flanco da ofensiva. A auditoria anunciada pelo Tribunal de Contas da União - TCU - revelou a imagem do Planalto que entra CPI - redução de um pedido do vice-presidente Marco Maciel ao ministro Humberto Souso. **Págs. 6, 22 e 24**



Mr. Computador chega ao Brasil
 Página 33

SEGUNDO CADERNO

Alcool e gasolina vão ficar mais caros
 Página 25

RENDIA E DESEMPREGO*
 A comparação entre janeiro de 1996 e janeiro de 1995 mostra que:

A renda média dos trabalhadores cresceu	10,6%
o desemprego cresceu	19%

Página 32

PRÉ-OLÍMPICO
 Brasil enfrenta a Venezuela na reta final
 Páginas 70 e 71

ECONOMIA
 Meridional será vendido em maio
 Página 31

ESTRÉIA TURN DOS FAVORITOS PARA A NOITE DO OSCAR

Album de Tom Jobim ganha o Grammy de jazz latino



MEDICINA ULBRA
 Do 4º de março. Resposta para os problemas de saúde.
 Máx. 227.4347

CAMPO GRANDE
 6-6581
 RUA BRASILEIRA, 1001 1317-200
 RIBEIRÃO, 1999-1317-06

ZERO HORA
 Ano 31 - Nº 18.786 - 3ª Edição - PORTO ALEGRE, QUARTA-FEIRA, 1º DE MARÇO DE 1995
 R\$ 0,60

Brasil gasta mal recursos destinados à educação

Páginas 4 e 3



Governo planeja o fechamento do Presídio Central

O governo do Estado está decidido a diminuir o maior foco de tensão do sistema penitenciário gaúcho. Até o final do atual governo, o Presídio Central deverá ser fechado e substituído por penitenciária de médio e alto custo, no município de Porto Metropolitanos de Porto Alegre. O objetivo é evitar a repetição de motins e fugas, como a ocorrida na segunda-feira. Dos 45 detidos que ocupavam do presídio, só 23 haviam sido recapturados até a noite de ontem. **Páginas 40 e 41**

Para Alegre, abate de crime, o barão do Don Leopoldo entra na avenida

Mil e noventa e sete pessoas foram presas no momento do crime, o barão do Don Leopoldo entra na avenida



Tráfego em volta do prédio provoca engarrafamento no bairro. **Pág. 36**

A segunda noite das escolas de samba no Rio

Os desfiles do Grupo 1B em Porto Alegre

Trio elétrico na praia e festa alemã no Interior

Caderno Carnaval 95 e Contraponto

BRASILIA
 11.00h
 1995-1996

ANEXO D – Capas de Zero Hora de 1º de março de 1996 e 1995

ANO 34 - Nº 11.284 PORTO ALEGRE, DOMINGO, 1º DE MARÇO DE 1999 R\$ 2,80

ZERO HORA

Aids avança para as áreas rurais gaúchas

Consultórios médicos do Interior vêm registrando um crescimento número de casos de Aids nos municípios gaúchos de economia predominantemente agrícola. A concentração começa a ser feita há três anos, mas ainda não existem estatísticas oficiais sobre o assunto de acordo com comitês locais rurais. No base do processo estão fatores como as migrações - mais intensas em época de dificuldades econômicas - e a falta de informação.

Páginas 28 e 29

PONTO DE EBULIÇÃO



Condição de vida e visão de Cotia em 'For Amor', novela de TV



Os surfistas são privilegiados graças à um parquinho entalhado quanto por areia do vento e das ondas

O mar visto do mar

Páginas 32 e 33

Crimes traçam mapa do medo na Capital

Páginas 44 e 45

ZH de segunda responde dúvidas sobre trânsito

Página 39

VIDEOTECA ZH

O último do gênero em

O Preço de uma Escolha

ZH Domical + R\$ 4 = revista-pôster e filme



ANO 33 - Nº 11.518 PORTO ALEGRE, SÁBADO, 1º DE MARÇO DE 1997 R\$ 1,00

ZERO HORA

PERSEGUIÇÃO E MORTE EM PASSO FUNDO

Dois assassinos foram mortos, um capturado e outro fugiu durante perseguição policial, depois que o quarteto tentou roubar o posto bancário do Hospital São Vicente de Paulo, em Passo Fundo. Em dia de pagamento dos funcionários e R\$ 213.614, entraram nos sistemas, confundiu o gerente. A polícia recuperou R\$ 155.054 no carro da quadrilha.

Página 28

SUGAR RAY LEONARD



Espectro de bom, de que o anti-bão. Pág. 45



A VIDA MULTIPLICADA AO INFINITO

A reprodução em laboratório da vida genética e molecular de uma ovelha - um clone - sem um sexual ou fertilização por esperma, surpreende o mundo científico. Mas para a ciência o desafio é duplo: criar clones para a agricultura e animais, e ao mesmo tempo garantir ao homem a segurança do biotecnológico e a preservação do acesso da ciência, sem transgênesse a favor da ética científica.

Cultura, Vida e página 29

GRÊMIO

Caxias é o desafio do time de Evaristo

Página 42

A sociedade brasileira oferece

3,9%

no primeiro semestre deste ano

Página 19

COMO O RS SE ESQUIVOU DE UM ESCÂNDALO

Em 19 de agosto de 1996, o presidente do Banco Votorantim - uma das instituições ligadas pelo Banco Central, pela participação no escândalo dos títulos públicos - fez ao governo do Rio Grande uma oferta. Propôs a criação de um fundo de garantia do Estado nos mesmos moldes da operação realizada por Itazoa Catarinas. O governo gaúcho recusou a proposta.

Páginas 6, 8 e 12

ABELARD NORONHA



Estadista do Rio, de vez em quando. Pág. 41-5

INTER

Sarito Ângelo espera time de Roth no Litoral

Página 43

CUIABÁ

R\$ 551 618h
R\$ 555 1815h

Venha com o vencedor.

100% de sucesso

ANEXO E - Capas de Zero Hora de 1º de março de 1998 e 1997

ZERO HORA

Ao 16 - N.º 12.613 PORTO ALEGRE, QUARTA-FEIRA, 1.º DE MARÇO DE 2000 R\$ 1,60

Bisol faz mudanças na BM para conter onda de violência

O secretário de Justiça e da Segurança, José Paulo Bisol, sobramin os comandantes de dois pontos-chaves da corporação. O coronel Alexandre Moraes Rodrigues, de Porto Alegre, comandará o Estado-Maior da BM. O coronel Carlos Alberto dos Santos, que estava em Cascavel do Sul,



Moraes

Santos

chefaria o Comando de Policiamento Metropolitano (CPM). As mudanças têm o objetivo de atender ao clamor público contra o aumento da violência nas unidades comandadas de modo. Moraes e Rodrigues, com suas respectivas atribuições para reforçar o policiamento ostensivo. **Páginas 4, 5 e 5B**

TELECOMUNICAÇÕES
TCS assume o comando da CRT
O consórcio de administração e a de telecomunicações TCS assumiu o comando da CRT. A empresa é formada por Telemar, SBC e Telecom. **Página 29**

RECORDE NEGATIVO
O Brasil é o campeão de desemprego no mundo. De cada cem alunos, 36 não encontram trabalho. **Página 41**

UM AMIGO NO PIRATA
Noro presidente uruguaio viveu cinco anos no RS
José Batlle, que viveu hoje, voltou voluntariamente em 1910 a 1918. **Página 21**

COMUNICADO AO POVO GAÚCHO
UM CONVITE A REFLEXÃO
O Governo do Estado pede uma reflexão sobre a situação política, econômica e social do Rio Grande do Sul. **Página 37**



Inter afasta o capitão do Tetra

CPers rejeita nova proposta e mantém greve
Os policiais não aceitam a proposta de negociação. **Página 37**

ZERO HORA

Ao 16 - N.º 12.618 - 7.º Ano do PORTO ALEGRE, SEGUNDA-FEIRA, 1.º DE MARÇO DE 1999 R\$ 1,40

MST abre temporada de invasões no Estado

Caras de 1,3 mil famílias arrematadas pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) em 130 municípios prorrocam, na madrugada de ontem, a primeira invasão ao Rio Grande do Sul no governo de Olívio Dutra. A leva temida fica em Catapós, no



Indústria prevê reajuste de 25% no frango

TRANSITO
Saldo do fim de semana é de sete mortes
Entre a madrugada de sábado e a noite de domingo, sete pessoas morreram em acidentes de trânsito no Rio Grande do Sul. **Página 10**

Supermaratona tem tetracampeão
O vencedor da maratona de 42,195 km foi o gaúcho. **Página 11**

ABRISTE FISCAL
Cortes da União afetam programas sociais no RS
O Estado sofrerá cortes que afetam programas sociais. **Página 12**

A tabela completa do GAUCHAÇO
Conteúdo da página 13.

SEU DINHEIRO
Confira quanto custa comprar no crédito
O custo do crédito varia de acordo com o tipo de operação. **Página 18**



Depois de aproveitar o recente tempo de sábado e domingo, milhares de pessoas fecharam os guarda-sóis, deixaram o Uliara e retomaram as suas cobertas para começar março e dar início ao ano. **Páginas 4, 5 e 43**

Adeus à estação do sol
O inverno chegou. **Página 43**

ZERO HORA

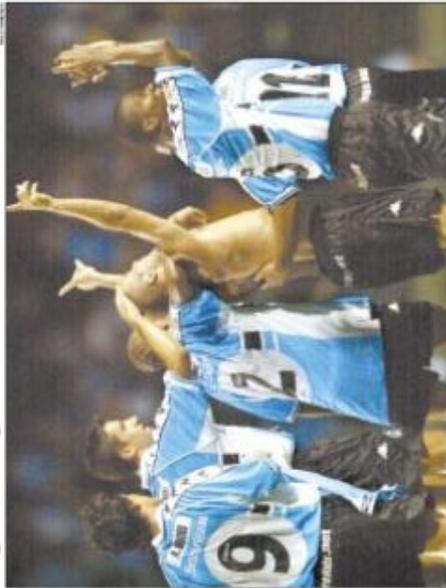
Ano 38, Nº 13.379 PORTO ALEGRE, SEXTA-FEIRA, 1.º DE MARÇO DE 2002

R\$ 1,25

Fim do racionamento deixa dúvidas sobre energia no futuro

Apesar de o racionamento de energia no Brasil ter chegado ao fim ontem, especialistas apontam que a normalidade no abastecimento dependerá da concentração dos investimentos previstos para o setor. Resoluções e indústrias com maior crescimento vão pagar a conta da contratação de energia emergencial, que pode chegar a R\$ 17 bilhões nos próximos três anos. Se houver adiantamento das obras previstas para ampliar a capacidade energética, um novo racionamento em 2003 pode ocorrer, segundo os especialistas. **Página 28**

Jogada mágica marca vitória do Grêmio



Édson Bafeno (sem camisa) deu um gol decisivo em um adversário, driblou outro e arremou o segundo gol dos 3 a 2 do Grêmio contra o Oriente Perolero pela Copa Libertadores da América ontem no Estádio Olímpico. **Esportes**

Ministros do TSE divergem sobre regras para alianças

Página 12, 15 e 16

SISTEMA FISCAL Onde esolão 15 dos mais perigosos

Uma semana depois da divulgação da lista de José Dadebo, Zero Hora mostra que alguns dos quadrilheiros mais conhecidos no Brasil são também os mais perigosos. **Página 4 e 5**

A informática contra infratores



Computadores de bordo em carros da Polícia Rodoviária Federal detectam irregularidades em veículos. **Página 40**

1,5% em 2001 PIB brasileiro cresceu

Necessário cumprir o Carreio em negócio de R\$ 1 bilhão. Como a manutenção, a empresa espera alcançar até o fim do ano de 2002 o crescimento anual de 20% de receita. **Página 24**



Dicas para preparar merendas nutritivas e saborosas

CASO BRUNA Mãe e padrinho de menina assassinada são indicados. Um tiro na cabeça quando assistia a TV em casa, em São Leopoldo. **Página 48**

ZERO HORA

Ano 37, Nº 12.626 PORTO ALEGRE, QUINTA-FEIRA, 1.º DE MARÇO DE 2001

R\$ 1,25

ONU prevê um mundo com três vezes mais pobres em 2050

Um estudo da Organização das Nações Unidas (ONU) prevê que o número de habitantes no mundo será de 9 bilhões em 2050. O relatório também faz uma previsão alarmante: a cada dez anos, deverá triplicar sua população, apesar do efeito devastador da Aids, que atingiu principalmente os países africanos. O número de habitantes dos países mais ricos diminuirá ou ficará estável. A situação dos países pobres piorará. **Página 22**

Justiça reclama inquéritos da Polícia

Página 44

Grêmio é obrigado a vencer em Curitiba



O tricolor empatou em 2 a 2 com o Coritiba ontem e, para 7 a final, tem de ganhar fora de casa na quarta-feira. **Esportes**

SELEÇÃO

Leão convoca Anderson Lima

Facção da lateral direita do Grêmio, que deverá ficar na reserva de Cafu para os amistosos contra J1A e México, foi até a seleção. **Esportes**

CARNAVAL Governador folião



Seu Carnaval de Porto Alegre, que promete ser o mais tradicional e eficiente e robusto realizado da Tropa. **Vencedores da Capital serão conhecidos hoje**
Impunidade Leopoldinense é TRICAMPEA no Rio
Página 18, 34 e 35

GENÊSE

FH leva solidariedade à família de Covas

O presidente Felipe Leites visita o governador de São Paulo. O estado de Covas oferece permissão para o grupo. **Página 16**

Desaquecimento da economia nos EUA inquieta o planeta

O risco de recessão em Estados Unidos, após o crescimento de 2000, preocupa líderes de Federal Reserve e a opinião pública. Ninguém sabe se a recuperação econômica dos Estados Unidos vai ser suficiente para evitar o colapso econômico mundial. **Página 4 e 5**

ANO 29 - Nº 11.206 PORTO ALEGRE, SÁBADO, 1º DE MARÇO DE 2003
SCPR: R\$ 1,50
RS R\$ 1,25

CALOR E FERIADÃO ESVAZIAM CAPITAL



Seperto de carros na freeway, ontem, era o reflexo do comê dos goiôhos rinto ao mar
Páginas 22 e 23

CARNAVAL 2003



A Banda e o Rei Mito, além um serôen no Rio a mais popular festa brasileira

Rio e Salvador disputam o título de capital da folia



As duas cidades brigam para ver qual abra mais VIPs
Páginas 4, 5 e 19

**Como brincar sem
colocar a saúde em perigo**
CULTURA
**As distâncias entre
a alegria e a morte**

Forças Armadas começam a patrulhar ruas do Rio

As tropas da chamada Operação Guanabara já são anistadas nas zonas oeste e norte do Rio desde o mês-da de ontem. O Comando Militar do Leste marotem segundo sobre o número de soldados da Marinha, do Exército e da Aeronáutica emblevêdo no combate ao narcotráfico. **Página 28**

ANO 29 - Nº 14079 - 2º ENCIO PORTO ALEGRE, SEGUNDA-FEIRA, 1º DE MARÇO DE 2004
SCPR: R\$ 1,50
RS R\$ 1,50

Presidente do Haiti renuncia e EUA despacham tropas

Desgastado pela revolta armada que tomou conta do Haiti, o presidente Jean-Bertrand Aristide renunciou ontem pela segunda vez e fugiu. Uma onda de saques e violência se seguiu à saída de Aristide, que deverá se exilar temporariamente no Panamá.
O presidente da Suprema Corte do Haiti, Boniface Alexandre, anunciou ontem que o Haiti não vai enviar tropas para o Congo. **Página 2**



Maricheteira piromisa retrato de Aristide

Alto-astral no Oscar



Billy Crystal comanda a festa que estôu a ser abego depois do 11 de Setembro e da guerra no Iraque. **Páginas 4 e 6**

Grêmio já está nas semifinais do Gauchão
Caxias (foto) comemora gol no jogo que levou o time ao Gauchão. **Página 10**

Inter vence e assume a liderança de seu grupo
Chaparro (foto) abraça Clinton. Mariposa em vitória sobre o Santos. **Página 11**

Guga chega ao 20º título de carreira
Tennis venceu o Aberto do Brasil no Centro de Siqueira. **Página 12**

Lula oferece churrasco a diretor do FMI
Henri Kohler acredita que o Brasil voltará a crescer em ritmo sustentado. **Página 15**

Catapultita
A primeira arma de destruição em massa
15 milhão
de alunos voltam à rede estadual
Página 27 e 28/Escola

ESTAMOS REPARADOS PARA SUA PRÓXIMA EXPECTATIVA.
Unilitter

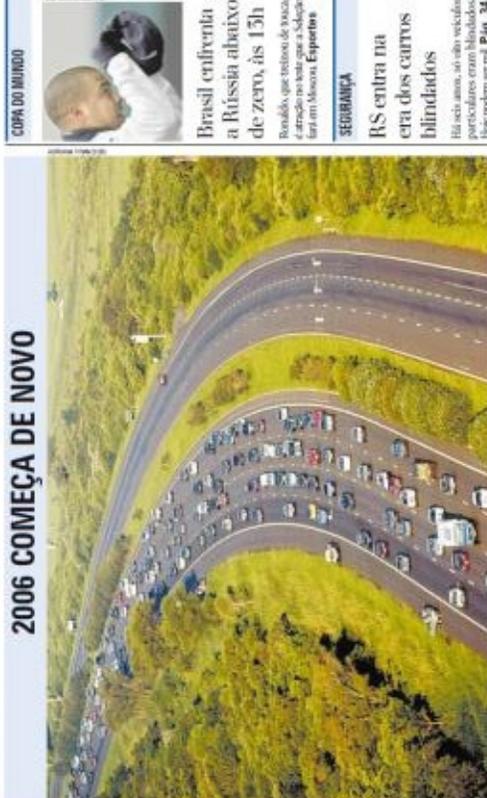
Relacionados nove discos dos Mutantes

Como virar autor da enciclopédia online Wikipédia

Teste seus conhecimentos sobre JK

Segundo Coluna

2006 COMEÇA DE NOVO



Policia Brasileira Federal prendeu o autor de mais de 50 mil toneladas de Lulista Norte em direção a Porto Alegre pelo highway block no início de hoje

> Agende-se para as próximas semanas

> Hora de prestar contas ao Leão

> Ameaça de greve angustia os pais

> Gasolina sobe hoje nos postos

Páginas 4, 5, 14, 30 e 31

Lula apóia taxação sobre bilhetes aéreos

Proposta visa a criar fundo mundial contra a pobreza

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva anunciou ontem, por intermédio do chanceler Celso Amorim, o apoio à criação de uma taxa de US\$ 2 (R\$ 4,2) sobre passagens aéreas internacionais. A taxa será cobrada em países pobres. **Página 6**

Receita recebe a partir de hoje a declaração do IR

Programa está disponível no Internet, no site www.receita.fazenda.gov.br, e também por e-mail. **Página 16**

Câmara se prepara para votar lei dos transgênicos e das células-tronco

Mais de um ano depois de ser votado no Câmara dos Deputados, o projeto que libera o plantio de transgênicos e a pesquisa com células-tronco embrionárias volta hoje à pauta da Casa. A proposta de Lei de Biotecnologia foi colocada em pauta pelo presidente da Câmara, Sezeno Moura (PPR), que, por meio de um pedido de urgência, se queixou de que os equipamentos em testes, combinada pela água e paratuberculose em humanos. **Página 18**

Outro aspecto polêmico é o que trata da liberação dos transgênicos. O Rio Grande do Sul é responsável por mais de 80% da produção de soja transgênica do país, e os produtores se preparam pelo presidente da Câmara, Sezeno Moura (PPR), que, por meio de um pedido de urgência, se queixou de que os equipamentos em testes, combinada pela água e paratuberculose em humanos. **Página 18**

Terror ataca fila de desempregados



Pelo menos 125 pessoas morreram em Hill, no Iraque, no por atentado desde a queda de Saddam Hussein. **Páginas 4 e 5**

EUA citam casos contra os direitos humanos no RS

Página 31

1,5 milhão de estudantes voltam às aulas no Estado

Página 29

Casa&Cia

Mostra Casa&Cia 2005

Sugestões para não desperdiçar água

Viagem

Roteiros para a Semana Santa

POLEMICA

Mulher pode ou não ser juíza de futebol?

Tio, Amendo, unido pelo Conselho, de quem pagou aproximadamente. **Esportes**

Medicamentos gaúchos tentam debelar o diabetes
Por que Rubem Braga se refugiou no RS em 1930
O dia da mais bela do verão

Todos juntos para um fim ao massacre
Especialistas apresentam propostas contra violência no trânsito

Medicamentos gaúchos tentam debelar o diabetes
Por que Rubem Braga se refugiou no RS em 1930
O dia da mais bela do verão

Medicamentos gaúchos tentam debelar o diabetes
Por que Rubem Braga se refugiou no RS em 1930
O dia da mais bela do verão

Medicamentos gaúchos tentam debelar o diabetes
Por que Rubem Braga se refugiou no RS em 1930
O dia da mais bela do verão

Medicamentos gaúchos tentam debelar o diabetes
Por que Rubem Braga se refugiou no RS em 1930
O dia da mais bela do verão

Medicamentos gaúchos tentam debelar o diabetes
Por que Rubem Braga se refugiou no RS em 1930
O dia da mais bela do verão

Medicamentos gaúchos tentam debelar o diabetes
Por que Rubem Braga se refugiou no RS em 1930
O dia da mais bela do verão

Medicamentos gaúchos tentam debelar o diabetes
Por que Rubem Braga se refugiou no RS em 1930
O dia da mais bela do verão

Por que é importante falar bem em público
Gaúcho conta a história do rock no Brasil

População gaúcha deve encolher a partir de 2024
Estudo da Secretaria Estadual da Saúde mostra queda na taxa de natalidade

STF libera teto de R\$ 24,5 mil para Judiciário
Licença atemporal e demais benefícios

PF descarta conexão de divórcio na Serra
Operação prende 14 suspeitos de ligação com cartel de Santa Cruz de Serra

China discute como frear o crescimento
Índice de valores imobiliários revela expansão urbana após o terremoto

Como o Olímpico ficou 65 minutos sem iluminação
Arquiteto usou pedras preciosas para iluminar o estádio

Feijão assumirá Piratini de 20 a 30 de março
Vejo promete não deixar milhares de toneladas de soja e milho no Brasil

China discute como frear o crescimento
Índice de valores imobiliários revela expansão urbana após o terremoto

Como o Olímpico ficou 65 minutos sem iluminação
Arquiteto usou pedras preciosas para iluminar o estádio

ANO 45
Nº 15.887
SCOP - 10 LAR
ABRIL 2010
R\$ 3,90

ZERO HORA

WWW.ZEROHORA.COM

15887

PORTO ALEGRE, DOMINGO, 1º DE MARÇO DE 2009

DOMINGO >

Empurrando a bola para o gol, o atacante do Grêmio comemora a vitória sobre o Internacional. **ZHClassificados > 9,1 mil ofertas**

Em vídeo, o atacante do Grêmio comemora a vitória sobre o Internacional.

Domini ZH
O que as mulheres aprendem com a crise

TV 3-50

Famílias grávidas sacudidas pelo BBB

ZHClassificados > 9,1 mil ofertas

ADÉUS ÀS SOMBRAS
Até o fim do ano, a rede elétrica deve chegar a 100% dos gaúchos

100% GRE-NAL
Por taça inédita

As apostas do clássico no Beira-Rio

88 nomes e os suspensos da disputa pelo Pirlini

Política
Justiça manda penhorar imóvel de José Dirceu

EUROPA 200

Os nomes e os suspensos da disputa pelo Pirlini

Política
Justiça manda penhorar imóvel de José Dirceu

WWW.ZEROHORA.COM

ZERO HORA

ESTREIA NOVO CADERNO

NOSSO MUNDO

R\$ 2,00

GRÊMIO CAMPEÃO DO 1º TURNO

Grêmio comemora a vitória sobre o Internacional.

ESTREIA NOVO CADERNO

NOSSO MUNDO

Política
Justiça manda penhorar imóvel de José Dirceu

Caso Eliseu
Por que a tese de assalto se fortalece

100% GRE-NAL
Por taça inédita

Política
Justiça manda penhorar imóvel de José Dirceu

Política
Justiça manda penhorar imóvel de José Dirceu

Política
Justiça manda penhorar imóvel de José Dirceu

Política
Justiça manda penhorar imóvel de José Dirceu