

Autorização concedida ao Repositório Institucional da Universidade de Brasília pela Editora Blucher, em 18 out. 2018, para disponibilizar este trabalho no site repositorio.unb.br.

#### REFERÊNCIA

SÁ, Renon Pena de; SOUTO, Virgínia Tiradentes. Jornais diários impressos e a hierarquia da informação. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO, 7.= INFORMATION DESIGN INTERNATIONAL CONFERENCE, 7., CONGIC, 7., 2015, São Paulo. **Proceedings...** São Paulo: Blucher, 2015. ISSN 2318-6968. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/jornais-dirios-impressos-e-a-hierarquia-da-informao-20209>>. Acesso em: 19 out. 2018. doi: 10.5151/designpro-CIDI2015-cidi\_146.



## Jornais diários impressos e a hierarquia da informação

### *Printed daily newspapers and the hierarchy of information*

Renon Pena de Sá e Virginia Tiradentes Souto

*design da informação, design de jornal, hierarquia, estética*

*Este artigo apresenta uma análise de três jornais impressos. A análise teve como objetivo identificar diferenças e similaridades na forma como os designers dimensionam tanto conjuntos de informação, quanto elementos em destaque de forma a criar hierarquia e ordem de leitura. Para tanto, foram feitas entrevistas com designers de três jornais com o objetivo de entender as diferentes abordagens. Ainda, três princípios estéticos - grid, proporção e contraste - são descritos e serviram como base para a análise. Os três jornais analisados foram: A Tribuna (ES), Diário de São Paulo (SP) e o jornal i (Portugal). A análise foi feita tanto nas capas quanto em dupla de páginas. Os resultados da análise são discutidos em relação aos princípios estéticos descritos. A pesquisa indica que o contraste acentuado entre elementos imediatos na hierarquia de informação provê desenhos de página mais impactantes, fator que é útil tanto para uma percepção eficaz da importância relativa dos elementos imagéticos e textuais pelo visualizador, quanto para despertar interesse pela leitura do material jornalístico.*

*information design, newspaper design, hierarchy, aesthetics*

*This paper presents an analysis of three printed newspapers. The analysis aimed to identify differences and similarities in the way designers measures both sets of information, and highlighted elements in order to create hierarchy and reading orientation. Interviews with three newspapers designers were done in order to understand the different approaches. In addition, three aesthetic principles - grid, proportion and contrast - were described and used as a basis for analysis. The three newspapers analyzed were: The Tribune (ES), Diário de São Paulo (SP) and the i newspaper (Portugal). The analysis was performed in both covers and double pages. The analysis results were discussed in relation to the aesthetic principles.*

## 1 Introdução

O design de notícias, ou jornalismo visual, constitui a área do design editorial relativa a organização visual da informação jornalística de forma a facilitar seu entendimento por parte dos leitores. A configuração visual de um jornal, assim como a padronização da apresentação dos conjuntos informativos é definida por meio de um projeto gráfico. Jornais diários são, em sua maioria, artefatos de grande densidade informacional e abordam vários tipos de conteúdo afim de atender os diferentes interesses informativos do seu público. Devido a sua natureza, possuem projetos extensos e muitas vezes complexos, onde normalmente busca-se criar padrões visuais específicos para os diferentes elementos informativos. Espera-se que através do design, o leitor possa assimilar e interpretar visualmente as relações entre os esses elementos, sem precisar ler o conteúdo.

A contribuição que o design traz ao jornal está fundamentalmente representada pela velocidade na compreensão da mensagem. Assim como, está diretamente ligado a fatores como por exemplo legibilidade, leiturabilidade, organização visual e hierarquização dos elementos (MARCELLI, 2006). Marcelli (2006, p. 8) afirma que “um jornal impresso é fruto de um projeto gráfico-editorial exclusivo, projetado com fins específicos em sua linguagem visual e verbal”. Sendo que o seu objetivo é comunicar. Desta forma, pode-se afirmar que através do design de uma página impressa é possível hierarquizar os conjuntos de informação jornalística direcionando a forma como a informação deve ser lida. Isto é possível através de, entre outros fatores, pistas visuais das informações consideradas mais relevantes.

No contexto do design gráfico, hierarquia é definida como sendo “a ordenação de conjuntos de informações tipográficas e imagéticas para que o visualizador possa rapidamente alcançar uma compreensão de sua importância relativa” (O’GRADY, 2008, p. 105). Para o designer de notícias e escritor Mario Garcia (1983), em jornalismo visual, este conceito trata da importância particular dada a um elemento informativo pelo seu tamanho, formato e posicionamento. Antes de todos os elementos serem posicionados na página, um editor estuda o conteúdo disponível e articula uma certa hierarquia entre eles: tamanho de manchetes, fotos e/ou ilustrações, critérios de exibição (e.g. alta ou baixa na página) entre outros. O leitor ao olhar a página, torna-se consciente dessa hierarquia, através da apresentação visual conferida a cada elemento.

Num jornal diário, a hierarquia se dá em vários níveis: entre cadernos, editorias, seções e páginas. São variações no volume de informação, no tamanho das matérias, das fotografias, gráficos, ilustrações, infográficos e etc. De um modo geral, as primeiras páginas dos cadernos ou editorias, possuem matérias maiores do que as matérias das demais páginas do mesmo caderno. Nas páginas com mais de uma matéria, a hierarquia é definida na diferença de tamanho entre os conjuntos de informação. Normalmente, matérias mais importantes contém títulos, imagens, e texto numa proporção maior que as demais da mesma página.

Este artigo apresenta uma análise de jornais impressos que tem como objetivo identificar diferenças e similaridades na forma como os designers dimensionam tanto conjuntos de informação, quanto elementos em destaque (e.g. imagens e títulos), de forma a criar hierarquia e ordem de leitura. Para tanto, foram feitas entrevistas com designers de três jornais com o objetivo de entender as diferentes abordagens. Foram analisadas capas e dupla de páginas. Três princípios estéticos - grid, proporção e contraste - serviram como base para a análise. Os resultados da análise são discutidos em relação a estes princípios.

## **2 Princípios estéticos: grid, proporção e contraste**

Estruturas de grid, contraste e proporção estética são princípios do design de informação que contribuem fortemente para definir a hierarquia de um projeto gráfico. Segundo Visocky O’Grady (2008), designers usam grids (grades) para organizar conteúdo e gerir a clareza da mensagem. O uso do contraste habilita as pessoas a enxergarem padrões, notar diferenças e fixar-se em anomalias. Já a proporção estética, contribui para harmonizar as dimensões dos elementos de um projeto. Estes três princípios são descritos a seguir.

### **2.1. Grid**

Grid (ou grade) é a estrutura ou padrão de linhas usado para orientar o posicionamento dos elementos de um design, também considerada como “a base sobre a qual um design é construído” (AMBROSE, 2009).

Diversos autores descrevem as funcionalidades do grid. Ambrose (2009), por exemplo, explica que o grid auxilia a organização de modo eficiente dos diversos elementos de uma página. Já Samara (2010) chama atenção para o fato de que o grid introduz uma ordem

sistemática num leiaute, diferenciando tipos de informação e facilitando a navegação entre eles”. O’Grady (2008), afirma que o grid é considerado um dispositivo estético essencial porque permite ao designer direcionar o leitor através do conteúdo. Enquanto, Garcia (1993) ressalta que o grid pode contribuir a criar uma identidade visual própria a um jornal, criando a sua singularidade. Isto por que a forma como os jornais posicionam e dimensionam seus elementos através do grid constitui um diferencial competitivo, atribuindo valores cognitivos a essas publicações.

Outras características do uso do grid são: clareza, eficiência, economia e continuidade (Samara, 2010). De acordo com Samara (2010), o uso do grid permite que o designer possa organizar uma quantidade grande de informações em pouco tempo. Isto se deve ao fato de que muitas das decisões já foram tomadas na construção do grid. Em jornais, repetir estruturas organizadas (e.g. grids, alinhamentos, linhas de fluxo) provê consistência nas páginas, contribuindo assim para a usabilidade da publicação. Esta consistência auxiliam os leitores a processar o conteúdo mais rapidamente, tornando os formatos previsíveis. O que por sua vez tornam os leitores mais familiarizados com a estrutura da informação (O’GRADY, 2008).

## 2.2. Escala e Proporção

Variações de escala e posicionamento ajudam o designer a definir a hierarquia das informações dentro de um leiaute. Para Ambrose (2009), a escala é um elemento muito relevante no design de jornal pois o mesmo pode alterar o equilíbrio entre seus diferentes elementos e desta forma pode afetar a harmonia do design. O autor explica que a escala estabelece uma relação com o tamanho da página ou do grid, o que por sua vez, dita a eficiência da comunicação com o leitor.

Já a proporção é usada para criar uma dinâmica entre os diferentes elementos dentro de um design. Ela pode ser equilibrada ou privilegiar certos elementos, como imagens. Mudar a proporção das imagens ou dos elementos textuais em um design pode alterar radicalmente a dinâmica de uma página.

Rune Petterson (2012), explica que a proporção áurea, foi usada no passado para estimar níveis adequados para as manchetes em um documento. O tamanho do corpo do texto era multiplicado com 1.62, e então arredondado. Se o corpo de texto tivesse 10 pontos, os seguintes tamanhos seriam adequados: 10, 16, 26 e 42 pontos (Petterson, 2012). Em jornais, é notório a presença da proporção áurea tanto na escala entre os conjuntos de informação, como entre os tamanhos de corpo e entrelinha dos títulos.

## 2.3. Contraste

Contraste, está relacionado as oposições visuais como: claro versus escuro, pequeno versus grande, geométrico versus orgânico e etc. Como escrito por O’Grady (2008, pág. 116): “contraste é para o design como o sal é para a culinária. Leiautes são simplesmente sem graça sem ele (e a falta demasiada de contraste em um leiaute o torna intragável)”. Seu uso pode influenciar grandemente a legibilidade de uma peça de design, quando manipulado para ajudar a criar estrutura, controlar a hierarquia, sequenciar a informação e criar significado (O’Grady, 2008).

Há várias formas de alcançar contraste. No uso da cor, o designer pode gerar contraste por matiz, onde as cores complementares proveem um grande contraste e as cores análogas proveem um mínimo de contraste. Há também o contraste por valor, referente a luminosidade ou escuridão relativa de uma cor. E por último, contraste na saturação (referente a pureza de um matiz) ou intensidade, onde cores saturadas se contrastam com cores neutras (O’Grady, 2008).

Em jornais, o contraste tipográfico é essencial para dar dinamismo e reger a hierarquia das informações, orientando o leitor quanto a aquilo que deve ser lido primeiro. Ele contribui fortemente para definir a ordem de leitura dentro de um conjunto de conteúdo relacionado. Em colunas de texto, as palavras ou frases com algum tipo de destaque, servem como pontos de entrada para novas repartições da informação. Essas balizas visuais contribuem para acelerar o

escaneamento das informações, ajudando o leitor a encontrar os dados que lhe interessam.

Na maioria dos jornais, as matérias principais de uma página são estruturadas por título, subtítulo e texto, e o primeiro parágrafo do texto, correspondente ao lide da matéria, quase sempre possui algum elemento visual que salta aos olhos (e.g. capitulares). É nítido um cadência de peso e escala entre esses elementos. Algo como um “degrade tipográfico”. Esse padrão visual comum é reflexo da conhecida “pirâmide invertida”, um formato narrativo que predomina no jornalismo, onde as informações consideradas mais importantes aparecem primeiro e as informações secundárias, depois.

### 3 Análise: objetivo, escolha dos produtos e método

Foi feita um análise com três jornais diários impressos e entrevistas com os designers destes jornais. O objetivo da análise foi comparar algumas páginas dessas três publicações, afim de identificar diferenças e similaridades na forma como os designers dimensionam tanto conjuntos de informação, quanto elementos em destaque como imagens e títulos, de forma a dar hierarquia e ordem de leitura. Foram escolhidos para análise, páginas de três jornais impressos: A Tribuna (ES), Diário de São Paulo (SP) e do i (PT). A análise foi feita a partir de entrevistas com os designers dos respectivos jornais.

A escolha destes jornais se deu por estes possuírem algumas características em comum. Todos estão no formato tabloide, são voltados para as classes A e B e passaram por reformas gráficas nos últimos seis anos efetuadas pelo mesmo grupo de consultoria em comunicação: a Innovation Media Consulting Group<sup>1</sup>. Cada projeto, porém, foi concebido por diferentes profissionais. A Tribuna, foi desenhado pelo designer brasileiro Saulo Ribas. O Diário de São Paulo, foi concebido por Antonio Martin, diretor de design da Innovation. E o jornal português i, foi concebido por Javier Errea, diretor da Errea Comunicacion. O jornal i ganhou diversos prêmios, entre eles o de "Melhor Jornal Europeu" em 2009, atribuído pela European Newspaper Award, o de "Jornal mais bem desenhado da Península Ibérica" de 2009, atribuído pela Society for News Design - España, e o de "Jornal mais bem desenhado do mundo" de 2010, pela Society for News Design (SND).

Foram entrevistados profissionais que trabalham ou já trabalharam para os jornais citados. Foi solicitado que cada um enviasse páginas do seu próprio portfólio pessoal e que posteriormente escrevessem um texto falando sobre suas decisões de design para a diagramação das mesmas, levando em conta a questão da hierarquia da informação. As entrevistas aconteceram em abril de 2015.

Na análise, para cada página selecionada foram criadas ilustrações onde os conjuntos de informação foram delimitados por retângulos na cor cinza, os títulos por retângulos na cor preta, as imagens por retângulos na cor ciano e os infográficos e ilustrações na cor magenta. Essas ilustrações permitiram calcular a dimensão dos elementos comparados.

A comparação se ateve a dois tipos: capas e *spreads* (duplas de páginas). Na comparação entre as capas os itens avaliados foram:

- Número de chamadas
- Número de imagens
- Contraste entre o titulo da chamada principal e o titulo da segunda chamada mais relevante na capa
- Contraste entre a imagem principal e a segunda maior imagem na capa.

<sup>1</sup> Innovation Media Consulting Group. Empresa de consultoria global com foco exclusivo em negócios do mundo noticioso, dando suporte na área editorial e de gestão. <https://www.innovation-mediaconsulting.com/>

Já na comparação entre *spreads*, os itens avaliados foram:

- Número de matérias
- Número de infográficos
- Número de micro-formatos
- Número de fotografias
- Contraste entre o título do conjunto informativo principal e o título do segundo conjunto informativo mais relevante no *spread*
- Contraste entre a imagem principal e a segunda maior imagem no *spread*
- Contraste entre o conjunto informativo principal e o segundo maior conjunto informativo no *spread*
- Posicionamento das imagens no *spread*
- Forma de leitura das páginas.

Para os dados qualitativos referentes a variação de contraste, foi aplicada uma escala de diferencial semântico, onde os termos bipolares "muito baixo" e "muito alto" ocupam as extremidades da escala de cinco pontos, além dos termos "baixo", "médio" e "alto" presentes no miolo da escala. Ainda, foram utilizadas operações matemáticas para ter um resultado preciso.

No contraste entre títulos, foram divididos a altura- $x^2$  do maior título pela altura- $x$  do segundo título mais relevante da página ou dupla. Nos casos em que um dos títulos era em caixa-alta, a divisão ocorreu entre a altura das letras maiúsculas do título principal pela altura das maiúsculas do segundo título mais relevante.

Para contraste entre imagens e entre conjuntos informativos, a divisão ocorreu calculando as áreas de cada elemento e dividindo o maior e mais relevante pelo segundo em importância na página ou dupla de páginas.

Após a análise numérica dos resultados obtidos, foram adotados os seguintes parâmetros para a classificação dos termos das escalas de diferencial semântico:

Tabela 1: Contraste entre o título da chamada principal e o título da segunda chamada mais relevante na capa.

<b>Valor</b>	0,1 - 0,8	0,9 - 1,6	1,7 - 2,4	2,5 - 3,2	3,3 - 4
<b>Contraste</b>	Muito baixo	Baixo	Médio	Alto	Muito alto

Tabela 2: Contraste entre a imagem principal e a segunda maior imagem na capa.

<b>Valor</b>	0,1 - 2,4	2,5 - 4,8	4,9 - 7,2	7,3 - 9,6	9,7 - 12
<b>Contraste</b>	Muito baixo	Baixo	Médio	Alto	Muito alto

Tabela 3: Contraste entre o título do conjunto informativo principal e o título do segundo conjunto informativo mais relevante no *spread*.

<b>Valor</b>	0,1 - 1,2	1,3 - 2,4	2,5 - 3,6	3,7 - 4,8	4,9 - 6
<b>Contraste</b>	Muito baixo	Baixo	Médio	Alto	Muito alto

Tabela 4: Contraste entre a imagem principal e a segunda maior imagem no *spread*

<b>Valor</b>	0,1 - 2,4	2,5 - 4,8	4,9 - 7,2	7,3 - 9,6	9,7 - 12
<b>Contraste</b>	Muito baixo	Baixo	Médio	Alto	Muito alto

Tabela 5: Contraste entre o conjunto informativo principal e o segundo maior conjunto informativo no *spread*

<sup>2</sup> A altura- $x$  é a altura da letra minúscula  $x$ . Também corresponde a altura das letras minúsculas de uma família tipográfica.

<b>Valor</b>	0,1 - 1,2	1,3 - 2,4	2,5 -3,6	3,7 - 4,8	4,9 - 6
<b>Contraste</b>	Muito baixo	Baixo	Médio	Alto	Muito alto

Para o item "Posicionamento das imagens no *spread*", foram adotados os termos "disperso", para imagens que se espalham pelo leiaute, e "agrupado", para imagens que se posicionam juntas no leiaute. Quanto ao item "Forma de leitura das páginas", foram adotados os termos "individual", para *spreads* onde o design sugere a leitura das páginas uma de cada vez, e "duplo", para *spreads* onde o design sugere leitura de páginas de forma simultânea.

## 4 Resultados e discussão

Conforme explicado acima, a análise foi dividida em: capas e *spreads* (duplas de páginas). Foram analisadas três capas (uma de cada jornal) e três *spreads* a partir das entrevistas com os designers. Inicialmente, as explicações e comentários dos designers sobre as capas são apresentados, assim como as imagens das capas junto com os esquemas ilustrativos para análise. Depois, a análise comparativa é apresentada junto com a discussão sobre os resultados.

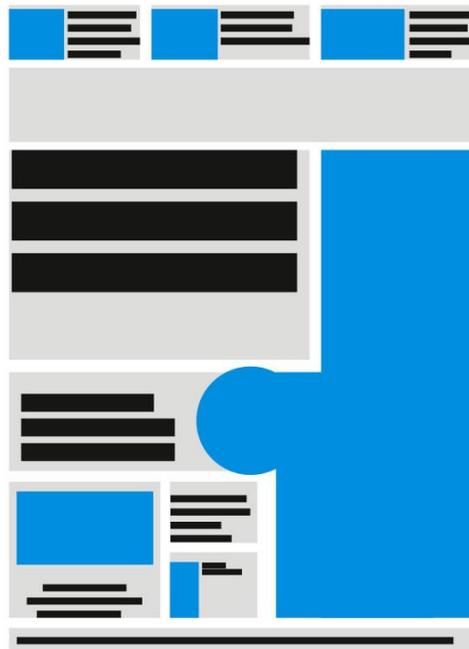
### 4.1. Análise das capas

Capa do jornal A Tribuna

A capa analisada do jornal A Tribuna foi publicada no dia 31 de janeiro de 2015. Figura 1 mostra a capa do jornal A Tribuna e o esquema ilustrativo da mesma. De acordo com o designer e editor executivo de arte do jornal, Alison Silva, "a capa foi toda feita levando em conta a foto principal". O objetivo desta escolha foi "fazer o assunto "gritar" na banca". Para tanto, o designer usou a tarja amarela, que como explica "além de acender a capa, contrastou bem com a saia da entrevistada". Ele ainda explica que o fato da manchete vir acima e em três linhas aumenta o peso do assunto. Isto porque, "ocupa mais espaço que as tradicionais duas linhas usadas na maioria dos dias pelo jornal A Tribuna". Sobre o resultado Alison argumenta:

Acho que essa capa conseguiu resolver as necessidades editoriais, dando o devido destaque que informação merecia, fazendo com que ela se destacasse na banca, tanto pela foto, quanto pelas cores usadas. (Alison Silva, entrevista)

Figura 1: Capa do jornal A Tribuna do dia 31 de janeiro de 2015 (permissão de uso da imagem de Alison Silva) e o seu esquema ilustrativo.



Capa do jornal Diário de São Paulo

A capa analisada do jornal Diário de São Paulo foi publicada no dia 13 de abril de 2013. A Figura 2 mostra a imagem da capa do jornal Diário de São Paulo e o esquema ilustrativo para análise. Thalita Cibelle, editora de arte do jornal, explica que o “projeto gráfico do Diário de S.Paulo valoriza sobretudo as informações imagéticas, incluindo fotos, infográficos e recursos de grafismos”. Ainda de acordo com ela, na capa a hierarquia das imagens é priorizada e em seguida a disposição dos textos. Sobre esta capa Talita explica que:

A foto principal, no alto, tomou todas as cinco colunas do grid e dominou a capa. A chamada em caixa alta desta foto e a manchete principal logo abaixo ficaram distintas e dispostas de maneira que uma não atrapalhasse a intenção de informação da outra. ... Em tempo de véspera de ano de Copa do Mundo (2013), esta capa teve a ousadia da imagem de uma pelada de jovens escancarando a realidade de poucas condições sociais e de vida para os leitores (Thalita Cibelle, 2015, entrevista).

Figura 2: Capa do jornal Diário de São Paulo do dia 13 de abril de 2013 (permissão de uso da imagem de Thalita Cibelle Medeiros) e seu esquema ilustrativo.



Capa do jornal i

A capa analisada do jornal i foi publicada no dia 13 de outubro de 2009. Figura 3 mostra a imagem da capa do jornal i e o esquema ilustrativo para análise. Para esta capa, não se conseguiu uma descrição do autor da capa. Entretanto, foi conseguida uma entrevista por e-mail com o designer do projeto gráfico do jornal i, Javier Errea. Errea explicou as características de fizeram do i, o jornal campeão de prêmios em 2009 e 2010.

Segundo Javier Errea, o jornal i possui várias características que o diferem dos outros jornais. De acordo com ele, o planejamento gráfico do jornal "parte de um planejamento editorial radicalmente inovador em que não existem seções nas ordens tradicionais". A pauta é construída em cima dos assuntos mais relevantes do dia, e há muita liberdade criativa, onde ilustrações, infográficos e quadrinhos são integrados nas histórias como aposta principal, e não como acompanhamento. Javier também ressalta que "o i é concebido com um jornal que funciona como uma revista diária. Pois incorpora as ferramentas, os ritmos e os abordagens próprias das revistas". Ainda, ele explica que o próprio formato tabloide reduzido do i, exige um tratamento gráfico semelhante ao de revistas. Para Javier, a chave do sucesso do periódico parte de um maravilhoso trabalho de equipe, onde os editores entendem a necessidade de uma aposta gráfica elegante, sofisticada e radical. Finalmente, ele argumenta que o conceito editorial do i, atrelado a uma equipe de design experiente e de grande qualidade, fez com que o periódico ganhasse tais premiações.

Figura 3: Capa do jornal i, publicada no dia 13 de outubro de 2009, em Portugal, e seu esquema



ilustrativo.

Análise comparativa das capas

Conforme explicado no tópico 3, para a análise comparativa foi utilizado os esquemas ilustrativos criados a partir das capas e quatro itens avaliados. Tabela 6 mostra o resultado da análise comparativa das capas.

Tabela 6: Análise comparativa das capas dos jornais A Tribuna, Diário de São Paulo e i.

	A Tribuna	Diário de São Paulo	i
Número de chamadas	9	10	5
Número de imagens	7	3	2
Contraste entre o título da chamada principal e o título da segunda chamada mais relevante na capa	Médio	Baixo	Alto
Contraste entre imagem principal e da segunda maior imagem na capa	Alto	Baixo	Muito alto

Considera-se que, o contraste utilizado entre as imagens da capa do jornal A Tribuna atingiu o objetivo de chamar a atenção do leitor para a capa. Num primeiro momento, a tendência do leitor é associar a manchete da capa com a foto da mulher. No entanto, ao ler a manchete, entende-se que se trata de outro assunto e o título da matéria da namorada do Zezé Di Camargo é relacionado a foto através do box amarelo. Essa estratégia é muito usada em jornais quando se quer dar destaque a duas matérias diferentes. Isso pode até gerar confusão num primeiro momento, porém muitas vezes é uma decisão que parece funcionar. Nesta capa, a hierarquia de títulos é boa o suficiente para orientar o leitor de forma suave pelas chamadas de mesmo peso em torno das principais. No entanto, a grande quantidade de títulos e pequenas fotos deixaram a capa um pouco poluída.

O jornal Diário de SP utilizou a mesma estratégia de A Tribuna: chamar atenção para uma chamada através de uma foto, e para a outra a partir de um título grande. Porém, o contraste, tanto entre as duas maiores imagens, quanto nos dois maiores títulos, é baixo, o que

gerou um pouco mais de confusão visual e disputa pelo olhar do leitor. Apesar do grande número de chamadas, tem-se a impressão de que são poucas. Isto porque, enquanto A Tribuna possui seis chamadas menores com peso equivalente, o Diário de SP possui oito chamadas com hierarquia muito bem definidas, onde quatro delas estão agrupadas, dando a impressão de serem apenas uma. Um outro fator de diferença entre os dois, está no uso do grid. No Diário de SP, os conjuntos informativos formam retângulos bem definidos e espaçados, onde fica clara a divisão da informação. Já A tribuna usa a chamada da morena em forma de cruz, o que parece ter causado um pouco de confusão.

Pode-se observar que, enquanto as capas dos jornais Diário de SP e A Tribuna possuem muitas chamadas, a proposta do *i* é de apenas cinco. Considera-se que, em relação as capas analisadas, apesar da eficiente hierarquia de informação desenhada nos dois jornais brasileiros analisados, o jornal português parecer ser mais fácil de assimilar. Provavelmente, isto deve-se a simplicidade do jornal. O grande contraste da chamada principal em relação as outras chamadas, tanto no tamanho da maior imagem quanto na manchete, mostra que o jornal *i* apostou em uma grande manchete, enquanto que os outros dois, deram destaque a vários assuntos. Talvez, esta diferença seja a explicação para que a capa do jornal *i* aparente um destaque maior do que as outras capas analisadas dos jornais Diário de SP e A Tribuna.

#### 4.1. Análise dos *spreads*

Dupla de páginas do jornal A Tribuna

Uma dupla de páginas do jornal A Tribuna publicada no dia 13 de fevereiro de 2013 foi analisada. Figura 4 mostra uma imagem das páginas e o esquema ilustrativo utilizado para a análise. As páginas analisadas referem-se a uma mesma reportagem sobre sobreviventes de um acidente de navio. Ricardo Melo, editor de diagramação do jornal, explica que o “peso” principal da página 2 está no topo com a manchete. Sendo que o elemento principal da dupla é a foto em cinco colunas. Ele explica ainda que os “outros dois grupos de imagens foram utilizados em cada extremidade da página para criar equilíbrio” e que o box vermelho com frases foi posicionado “no centro da página para gerar um desenho simétrico que criou áreas para textos bem divididas”. Já na página 3, Ricardo explica foi inserido um conjunto de imagens com o objetivo de criar equilíbrio na página. Ainda de acordo com ele, o ponto de maior “peso” na página está na “foto grande agrupada com o box vermelho com frases no topo direito”.

Figura 4: Páginas do jornal A Tribuna do dia 13 de fevereiro de 2013 (permissão de uso da imagem de Ricardo Melo) e seu esquema ilustrativo.



radiofônicas” e ainda “para direcionar o leitor na leitura e a melhorar a sequência do abre da página, que invadiu a página seguinte”. Ela conta que esta dupla de páginas recebeu um prêmio de excelência gráfica pela SND por sua concepção gráfica.

Figura 5: Páginas do jornal Diário de São Paulo do dia 20 de outubro de 2010 (usadas com a permissão de Thalita Cibelle, editora de arte do

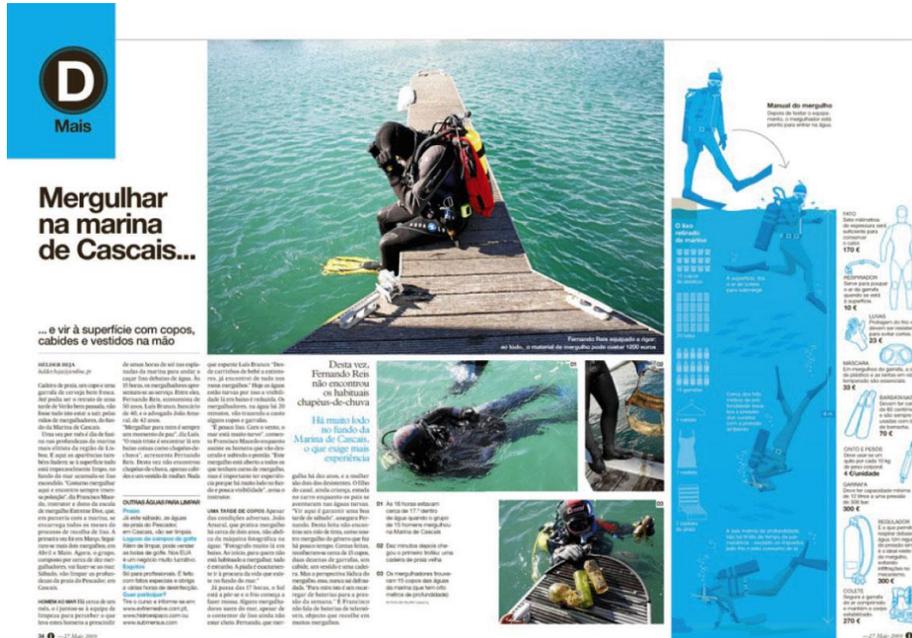


jornal).

Dupla de páginas do jornal i

Analizamos por último uma dupla de páginas do jornal português, publicada em 27 de maio de 2009, conforme mostra a Figura 6. A texto trata da poluição na Marina de Cascaise e ainda é apresentado um infográfico com instruções para o mergulho. O jornal i tem um desenho singular: tanto textos quanto imagens tendem a se agrupar. Este tipo de efeito é normalmente visto nas revistas e tornam o fluxo de leitura de suas páginas contínuo. As imagens, quando justapostas, criam volume, dando a impressão de serem maiores do que realmente são. Só há um grande título na dupla, e apesar das várias imagens e ilustrações, uma delas é muito maior que as demais, orientado a leitura em forma de caracol.

Figura 6: Páginas do jornal i, publicadas no dia 27 de maio de 2009, em Portugal.



## Análise comparativas das duplas de páginas dos jornais

A análise comparativa das duplas de páginas foi similar a da capa, entretanto mais itens foram analisados, uma vez que a complexidade de duplas de páginas é superior as capas de página única. Tabela 6 mostra o resultado da análise comparativa das duplas de páginas

Tabela 6: Análise comparativa das duplas de páginas dos jornais A Tribuna, Diário de São Paulo e i.

	A Tribuna	Diário de São Paulo	i
Número de matérias	4	2	1
Número de infográficos	0	0	1
Número de micro-formatos	7	3	4
Número de fotografias	9	3	4
Contraste entre o título do conjunto informativo principal e o título do segundo conjunto informativo mais relevante no <i>spread</i>	Baixo	Muito alto	Alto
Contraste entre a imagem principal e a segunda maior imagem no <i>spread</i>	Muito baixo	Muito alto	Médio
Contraste entre o conjunto informativo principal e o segundo maior conjunto informativo no <i>spread</i>	Baixo	Muito alto	Médio
Posicionamento das imagens no <i>spread</i>	disperso	disperso	agrupado
Forma de leitura das páginas	individual	duplo	duplo

Na análise das duplas de páginas foram verificadas grandes diferenças no tratamento gráfico e editorial dos jornais selecionados. O jornal A Tribuna possui uma quantidade muito maior de matérias, fotografias e micro-formatos. Nele, quase não há espaço em branco e o desenho da dupla não considera a leitura horizontal do tabloide, que normalmente ocorre quando o leitor folheia o jornal. Com várias imagens dispersas em formatos diferentes e vários títulos amarrando esses formatos, o contraste acaba sendo baixo. No entanto, a Tribuna faz uma boa gestão da hierarquia da informação. Tanto os conjuntos informativos, quanto as imagens e títulos possuem uma certa cadência, orientados página a página, da esquerda para a direita e de cima para baixo. A hierarquia é clara ao leitor, que sabe a importância relativa das matérias, sem precisar ler o texto, como pontua O'Grady (2008) e Garcia (2012).

Já os jornais Diário de São Paulo e o português I, tratam a dupla de forma semelhante as revistas. Eles entendem que em jornais tabloides o usuário vê as duas páginas como sendo uma. Por isso, há uma integração muito maior entre as páginas. Os contrastes entre os elementos principais (os maiores títulos, imagens e conjuntos de informação) com os demais elementos são altos. O resultado são duplas limpas, concisas e com maior apelo visual. A diferença entre os dois *spreads* está no seguinte fato: enquanto o jornal i concentrou o texto em um único bloco e agrupou as imagens, no Diário, o conteúdo está mais dividido e as imagens estão mais dispersas.

## 5 Considerações finais

A partir dos resultados deste estudo conclui-se que os três jornais analisados utilizam os princípios estéticos do design de informação para melhorar a visualização de suas páginas. A aplicação eficaz desses princípios ligados a hierarquia como: grid, proporção e contraste, geram páginas funcionais e atrativas ao leitor. Entretanto, nenhum recurso visual por si só, garante o sucesso de uma publicação. O objetivo principal de um jornal é ser lido, e de fato, um bom design contribui para que as pessoas tenham um experiência de leitura mais agradável. No entanto, o sucesso depende principalmente da qualidade e relevância do conteúdo jornalístico para seu público alvo.

As decisões pelas quais um designer tem de lidar no dia a dia de uma redação, muitas

vezes estão aquém de suas próprias convicções e gostos pessoais. Isto porque, seu trabalho deve se adequar tanto ao projeto gráfico, quanto às diretrizes editoriais do jornal em que ele está inserido. Por isso, nem sempre o resultado final do trabalho de uma editoria de design corresponde a qualidade que os membros dessa equipe gostariam de aplicar na publicação.

A chave do sucesso do design de jornais parece estar em permitir aos designers uma liberdade maior na criação, através da inovação, com foco na criatividade e na profundidade dos assuntos de maior relevância. Isso implica o comprometimento dos profissionais envolvidos e o trabalho sincronizado de atores de diferentes áreas. O texto, a fotografia, a ilustração e a infografia devem ter tal sinergia a ponto do visualizador ter a impressão de que tudo se encaixa perfeitamente e de que um elemento não funcionaria sem o outro.

É importante que hajam outras análises sobre o design de jornais sob esse prisma. Isto porque elas podem tanto auxiliar no entendimento de como os designers usam as teorias relacionadas ao design da informação no jornalismo, quanto verificar se o resultado atingido adequa-se as necessidades dos leitores.

## Agradecimentos

Agradeço à CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pela concessão da bolsa de estudo que me proporcionou condições materiais para dedicar-me ao trabalho de realizar este artigo.

## Referências

- AMBROSE, GAVIN E HARRIS, P. 2009. *Design básico: grids*. Porto Alegre: Bookman.
- GARCIA, M. R. 1993. *Contemporary newspaper design: a structural approach*. 3th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- GARCIA, M. R. 2002. *Pure Design: 79 simple solutions for magazines, books, newspapers and websites*. St. Petersburg, Florida: Miller Media.
- MARCELI, T. 2006. *Design de Jornais: quase tudo que você precisa saber para projetar um jornal*. Rio de Janeiro: Edit Impress.
- O'GRADY, V. J. and K. 2008. *The Information Design Handbook*. Ohio: How Books, 2008.
- PETTERSSON, R. 2012. *It Depends: Information Design – Principles and Guidelines*, 4th Edition. Institute for Infology. Disponível em: <http://www.iiid.net/PDFs/ItDepends.pdf>.
- SAMARA, T. 2007. *Grid: construção e desconstrução*. São Paulo: Cosac Naify.
- SAMARA, T. 2010. *Elementos do design: guia de estilo gráfico*. Porto Alegre: Bookman.
- SAMARA, T. 2011. *Guia de design editorial: manual prático para o design de publicações*. Porto Alegre: Bookman.

## Sobre os autores

Renon Pena de Sá, Mestrando em Design, UnB, Brasil <renondesign@gmail.com>

Virginia Tiradentes Souto, PhD, UnB, Brasil <v.tiradentes@gmail.com>

