



## **Análise Tipográfica e de Conteúdo da Editoria Economia dos Jornais Impressos *O Estado De São Paulo, O Globo, O Liberal e Folha De São Paulo*<sup>1</sup>**

Brena Wanessa Jardim Freire<sup>2</sup>

Raphael Santos Freire<sup>3</sup>

Maria Ataíde Malcher<sup>4</sup>

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

### **RESUMO**

O presente artigo revela diferentes análises – tipográfica e de conteúdo – de cadernos de economia dos seguintes jornais: *O Estado de S. Paulo, O Globo, O Liberal e Folha de S.Paulo*, publicados no dia 3 de junho de 2007. Destacando as diferenças entre eles, os modos com que repassam as notícias bem como as peculiaridades de cada um no que tange aos elementos que os compõe. Considerações fundamentais para o entendimento da estrutura de um impresso, bem como para a melhor percepção dos verdadeiros interesses que movem as empresas de comunicação na atualidade.

Palavras-chave: jornais impressos; elementos tipográficos, análise de conteúdo, lead, manuais de redação.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 1º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Pará, e-mail: breninha\_w@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 1º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Pará, e-mail: rsfjo@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará, e-mail: aatidem@yahoo.com.br



## 1 INTRODUÇÃO

A partir de jornais de circulação nacional e regional, as análises apresentadas neste artigo mapeiam todos os elementos que compõe a forma dos jornais e suas funções tipográficas, baseando este estudo nos cadernos de economia de cada um. Tais análises também envolvem os conteúdos dos impressos e, através de comparações, a identificação das diferenças na linha editorial e nas normas textuais adotadas por todos eles.

Os referidos cadernos são: *Economia (Estado de S. Paulo)*, *Dinheiro (Folha de S. Paulo)*, *Poder e Mercado (O Liberal)* e *Economia (O Globo)*.

O estudo pretende auxiliar os estudantes iniciados no curso de jornalismo, a entender e conhecer a estrutura dos jornais impressos, conhecendo termos utilizados e como as mesmas notícias podem ser apresentadas de maneiras diferentes segundo os interesses políticos e econômicos das empresas jornalísticas.

As informações foram adquiridas com a leitura atenta aos detalhes dos textos e aos mais diversos elementos, utilizando dicionário especializado e os manuais de redação específicos de cada jornal.

Considerando a grande quantidade de termos, elementos e versões diferenciadas para tais, houve muita dificuldade para a conclusão das idéias apresentadas aqui. Portanto, alguns nomes e conceitos podem diferenciar de um veículo para outro, o que não significa erro, apenas a adequação dos termos ao estilo do jornal analisado.

## 2 CARACTERÍSTICAS GERAIS DA TIPOGRAFIA DOS JORNAIS

De modo geral, observou-se que dentro da estrutura tipográfica, todos os jornais analisados têm suas particularidades, no entanto, apresentam elementos fundamentais para qualquer impresso. Esses elementos precisam existir para a melhor estruturação destes, sendo elementos de *identificação* e de *organização*.

Os elementos de identificação são importantes porque localizam o leitor, indicam o que cada parte do jornal vai apresentar, podem ser nomes, títulos, números etc. Sobre os elementos de organização, pode-se dizer que são essenciais para a



disposição adequada de todo o conteúdo, evitando que informações se misturem e ainda contribui para o aspecto estético do jornal.

## **2.1 Elementos de identificação:**

*Cabeçalho:* normalmente apresenta o nome do jornal, do caderno, o número da página, a data e o dia. Nota-se, portanto, uma função de direcionamento, ou seja, ao ter um primeiro contato com o jornal, o leitor estará situado em sua leitura.

*Chamadas:* sendo um pequeno título, tem o objetivo de atrair o leitor para a matéria completa, presente em outras páginas do caderno.

*Remissão:* sempre ligada à chamada, é o número da página em que está a matéria referida nesta.

*Créditos:* pode ser considerado o mesmo que assinatura e contém o nome de autores de texto, foto, publicação, gráfico, desenho e etc.

*Legenda:* trata-se de uma frase curta que acompanha principalmente fotos, e serve para complementar as informações transmitidas por esta, não para contradizê-las ou dizer o que já está se vendo.

*Cabeça de clichê:* são títulos localizados na parte superior dos boxes, servindo para informar sobre o que tratam estes.

*Nota biográfica:* geralmente colocada no fim de um artigo ou de uma matéria, quando o autor do texto não faz parte da equipe da redação dos jornais, nela consta o nome do autor, sua idade e sua atual profissão.

*Intertítulos:* títulos no meio das matérias que direcionam melhor o leitor.

## **2.2 Elementos de organização:**



*Quadro ou boxe:* agrupa de forma sintetizada informações que complementam e explicam melhor a matéria. Dentre esses há os *destaques*, que são boxes mais elaborados, editados em tópicos (itens) sinalizados pelos *bullets* (símbolos ou caráter especial que assinalam os tópicos de uma lista de informações), sempre localizado à esquerda de cada item.

*Fio-data:* está presente no cabeçalho e/ou nas cabeças de página. É um traço que segura (divide) informações como a data de edição, título da publicação, seção e número da página.

*Canal ou corredor:* é um claro (espaço) deixado entre uma coluna e outra quando esta não é separada por fios.

*Olho:* destaque de informações do próprio texto, geralmente no meio do espaço dedicado a este.

*Janela:* espaço aberto dentro de qualquer matéria ou elemento da página (texto, foto, desenho, gráfico, etc), emoldurado ou não por fios.

### **2.3 Particularidades apresentadas por cada jornal em sua forma**

*O Globo:*

- Quando a matéria não é iniciada por uma capitular (Letra em tamanho maior que inicia o texto) é iniciado por um caráter tipográfico.
- As duas primeiras palavras de cada legenda são impressas em caixa alta e em negrito.
- Apenas O Globo apresenta aberturas nos artigos, e abertura é um texto introdutório de um artigo geralmente composto em formato maior que o restante do texto.
- Há uma seção especial sobre defesa do consumidor.

*O Estado de S. Paulo:*



- No editorial, há a logomarca do jornal para identificá-lo.
- Quadros comparativos e gráficos são utilizados com informações adicionais e até resumindo o assunto tratado.

#### *O Liberal:*

- Presença de um grande boxe na primeira página.
- Um quadradinho azul serve como caráter tipográfico no início de cada matéria.
- Boxe com a citação de vários entrevistados.
- Há ilustrações – desenhos e caricaturas.

#### *Folha de S.Paulo:*

- Na primeira página do jornal há informações como telefone, fax, e-mail do próprio caderno, números de serviços de atendimento ao assinante além de conter o e-mail do *ombudsman*<sup>5</sup> ou ouvidor.
- Entre o texto introdutório e as perguntas da entrevista sempre é colocado um caráter em forma de estrela e em negrito, configurando-se como uma norma de padronização.

### **3 SOBRE O CONTEÚDO**

Quando se pensa em meio de comunicação, principalmente em jornal impresso, tem-se a tendência a imaginar um mero repasse de informações, no entanto, se um impresso trouxesse em seu conteúdo somente isso, dificilmente cumpriria a sua função primordial que é a de alcançar e conquistar o máximo de público possível para o seu veículo.

---

<sup>5</sup> Profissional contratado pelo jornal para fazer de forma independente a crítica do que sai em suas páginas, bem como receber, avaliar e encaminhar as reclamações.



Tal afirmação é evidente porque se os redatores não forem cuidadosos com a estruturação dos textos, com as imagens e com a maneira de argumentar e repassar as notícias, os leitores não serão atraídos.

Ressaltando elementos essenciais para esse objetivo, pode-se observar como cada jornal se apresenta de acordo com o que se segue:

### **3.1 Formas de lead**

O lead tem um claro objetivo de situar o leitor da matéria, de introduzir esta respondendo a seis perguntas básicas (o quê/quem, onde, quando, porque, para que e como), ao fazer isso, o redator permite que o leitor saiba do que tratará a matéria e ainda tem a oportunidade de utilizar essa introdução para chamar a atenção dele.

Com respeito ao tipo de lead, o jornal *O Globo* normalmente responde a três ou quatro das seis perguntas básicas do lead clássico. Alguns são bem criativos, fazendo com que o leitor se interesse pelo resto da matéria.

A Folha de *S. Paulo* apresenta alguns leads clássicos, mas a maioria só responde a quatro perguntas, normalmente respondidas no segundo parágrafo ou sub-lead.

Nos artigos não há lead e a linguagem utilizada nesse gênero jornalístico é difícil de ser compreendida pelo leitor médio.

Das 32 matérias do caderno de economia do *Estado de S. Paulo*, 11 apresentam lead clássico, ou seja, responde às seis perguntas básicas em sua introdução. Segundo o manual de redação do jornal, a maior parte das perguntas do lead deve ser respondida no primeiro parágrafo e as que não forem esclarecidas nesse parágrafo, devem ser respondidas no próximo. Tudo isso deve ser prioridade nas matérias informativas, pois na maioria dos artigos e entrevistas não há esse tipo de recurso.

Em uma das matérias, o primeiro parágrafo não figura um lead, mas chama a atenção do leitor para a matéria de outra forma: com uma espécie de narrativa. A seguir (2º parágrafo) encontra-se o lead clássico.



O jornal *O Liberal* não se diferencia quanto ao uso irregular do lead clássico, pois a maioria de suas matérias é redigida sem uma introdução muito clara do assunto.

### 3.2 Recursos gerais dos jornais

Quanto às imagens, a *Folha* apresenta fotos muito bem produzidas e muitas vezes tendenciosas, como, por exemplo, no jornal do dia três de junho, parecem produzidas para exaltar a polícia federal. Tais fotografias são coloridas.

Há ainda um outro recurso utilizado pela *Folha*, as *indifotos*, palavra criada pelo próprio jornal para indicar uma fotografia que contenha informações numéricas.

*O Estado de S. Paulo*, não é muito rico em imagens ou fotos em seu caderno de economia, mas as poucas fotografias que existem são muito bem “casadas” com as matérias e as complementam, o que muitas vezes não ocorre com *O Liberal*, que apresenta fotografias truncadas e desnecessárias, ocupando um espaço que poderia ser aproveitado com um texto que de fato falasse algo.

*O Globo* apresenta fotografias em todas as páginas do caderno, sendo que apenas as da primeira, são coloridas e as outras em preto e branco.

Ainda dentro de imagens, se enquadram as charges que *O Liberal* trás comumente em suas páginas bem como os desenhos ou “mascotes” do caderno de classificados, recurso que cria uma identidade do leitor com o caderno, ou seja, o leitor fará uma associação do “mascote” com o caderno de anúncios e lembrará mais rápido deste. É o caso do cachorrinho do *O Liberal* e do ratinho da *Folha*.

O número de peças publicitárias ao longo de todos os jornais é impressionante, e os tipos variam muito – de institucional a econômicas – anunciando lojas, empresas, serviços e produtos diversos.

### 3.3 Gêneros jornalísticos e linha editorial

Em geral, todos os jornais dão uma preferência maior para reportagens, ou seja, há uma mistura de diversos gêneros jornalísticos em uma única matéria, ao passo que outros



gêneros como artigo e entrevista, embora apareçam freqüentemente nos jornais, são em menor número.

Sobre a linguagem dessas matérias, observou-se que o jornal *Estado de S. Paulo* é o de linguagem mais rebuscada, não de difícil acesso, mas alguns termos comumente utilizados dificultam o entendimento de leitores com pouca instrução. Apesar disso, apresenta textos claros e muito bem redigidos.

A linha editorial de cada um é evidenciada por sua linguagem e tendências de algumas matérias. Os jornais *O Liberal*, *Folha* e *O Globo* são direcionados a públicos mais variados são muito tendenciosos ao produzir textos que falam das ações governamentais. Já o *Estado*, não é facilmente lido por qualquer um, necessita de muitos conhecimentos prévios, principalmente de economia, para ser compreendido, além de fazer fortes críticas ao governo, muitas vezes com verbos no imperativo (“faça isso presidente”, “preste atenção governador”), deixando claras as suas opiniões.

### **3.4 Fidelidade ao manual de redação e estilo**

Dos quatro jornais, apenas um não possui um manual de redação: *O Liberal*. Quanto aos outros, possuem os seus respectivos manuais e dificilmente se nota uma desobediência a esses.

Sobre as regras de redação, de uma maneira geral, os manuais quase sempre dizem que os títulos não devem ser usados termos e expressões como: *alguns*, *vários*, *muitos*, *poucos* e *bastante*, para que a informação não seja imprecisa.

Os números até dez devem ser escritos com palavras (por extenso), inclusive cem e mil. Usa-se algarismos ou palavras para números redondos.

Ao escrever quantias em dinheiro, sempre se coloca o símbolo da respectiva moeda. Se não for de conhecimento do público, transforma-se a quantia em seu valor equivalente em real.

O manual de *O Globo* especifica que quando um personagem aparece pela primeira vez num texto, deve ser identificado por nome completo e cargo que ocupa. Só





é utilizada a vírgula entre cargo e ocupante do mesmo, quando só uma pessoa desempenha a função, caso contrário, não se usa vírgula.

### **3.5 Os responsáveis pela notícia**

O jornalista é o profissional com a responsabilidade de apurar as notícias e produzir as matérias em um jornal. No entanto, há diferentes tipos de pessoas que podem atuar como participantes na realização do conteúdo impresso nas páginas do jornal. Entre esses diferentes profissionais, destaca-se abaixo alguns dos mais encontrados nos quatro jornais:

- *Enviado especial*: só viaja para determinado local para cobrir uma matéria específica.
- *Correspondente*: jornalista que possui residência fixa em uma localidade e é contratado pelo veículo para realizar matérias dessa localidade.
- *Colaborador*: pessoa não necessariamente ligada à área jornalística, que escreve para determinado veículo sem fazer parte deste e sem obrigatoriamente ser remunerado pelos seus serviços.

## **4 BREVE CONSIDERAÇÃO SOBRE OS CADERNOS DE CLASSIFICADOS**

Notou-se que o caderno de classificados tem uma forte relação com o caderno de economia por seu, obviamente, conteúdo movimentador da economia.

Tais cadernos (classificados) apresentam diferenças muito evidentes entre si, por exemplo, somente *O Liberal* apresenta anúncios de amizades e não tem matérias internas como o *Estado* e a *Folha*.

No caderno “veículos” do *Estado* e *Folha* todas as publicidades são relacionados com carros.

## **5 DADOS NUMÉRICOS DOS JORNAIS**

Decomposição quantitativa segundo gêneros de informação dos jornais analisados, organizando elementos como publicidade e anúncios em números.

**Tabela 1**

Gêneros de informação	O Globo (em 10 páginas)	Folha (em 86 páginas)	Estado (em 74 páginas)	O Liberal
Encarte	1	1	-	-
Matéria	15	25	33	11
Publicidade	5	53	32	6

Decomposição quantitativa segundo gêneros jornalísticos dos jornais analisados com base nos números dos diferentes gêneros jornalísticos.

**Tabela 2**

Gêneros Jornalísticos	O Globo	Folha	Estado	O Liberal
Artigo	1	3	5	2
Editorial	-	-	2	-
Entrevista	1	2	1	3

Decomposição quantitativa do espaço impresso segundo elementos usados na composição gráfica dos jornais analisados.

**Tabela 3**

Elementos utilizados na composição gráfica	O Globo	Folha	Estado	O Liberal
Ilustrações	18	48	32	77
Infográficos	4	107	32	-
Texto	15	25	33	11

## CONCLUSÃO

Diante da enorme variedade de elementos e conceitos possíveis para eles, pode-se dizer que as dificuldades para as argumentações apresentadas neste artigo também foram muitas, principalmente quando se considera as freqüentes modificações nas terminologias da área de comunicação.

Do mesmo modo, fazer as devidas comparações dos conteúdos dos impressos foi um fator complicador por causa de suas diferenças de linguagem e visão política.



O que se conclui dos esforços para a finalização deste artigo, é que o proveito tirado com eles é muito grande, ou seja, o conhecimento que se adquiriu foi muito importante para a seqüência de uma carreira que deve ser levada a sério, principalmente quando se trabalha com jornal impresso.

Isso, pois, Um jornal é ou deveria ser um espelho da consciência crítica de uma comunidade em determinado local. antes de ser um negócio, um jornal deveria ser visto como um serviço público. E mais do que infamações e conhecimentos, o jornal deveria transmitir entendimentos, pois é do entendimento que deriva o poder e o poder é nosso.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FOLHA DE S. PAULO. **Caderno de economia**. São Paulo. Edição de 03 de junho de 2007.
- FOLHA DE S.PAULO. **Manual de redação**. 10. ed. São Paulo: Publifolha, 2001. 391p.
- LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 2. ed. São Paulo: Editora Ática, 1987. p 16-52.
- LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. 4. ed. São Paulo: Editora Ática, 1993. p 34-67.
- NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- O ESTADO DE S. PAULO. **Caderno de economia**. São Paulo. Edição de 03 de junho de 2007.
- O ESTADO DE S. PAULO. **Manual de redação e estilo**. 3. ed. São Paulo: Editora Moderna, 1997. 400 p.
- O LIBERAL. **Caderno de economia**. Pará. Edição de 03 de junho de 2007.
- O GLOBO. **Caderno de economia**. Rio de Janeiro. Edição de 03 de junho de 2007.
- O GLOBO. **Manual de redação e estilo**. 29. ed. São Paulo: Editora Globo, 2005. 246p.
- RABAÇA, A. Carlos; BARBOSA, G. Gustavo. **Dicionário de comunicação**. 2. ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002. 795 p.