



Oficioso: Tradição e Inovação no Design Gráfico para o Jornal Laboratório do Curso de Comunicação Social da UFU¹

Felipe Gustavo Guimarães SALDANHA²

Gabrielle Carolina SILVA³

Lucas Lemos BONON FILHO⁴

Ana Cristina Mennegotto SPANNENBERG⁵

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

O presente artigo apresenta o processo de criação da proposta de design gráfico para jornal laboratório, desenvolvido como trabalho da disciplina Planejamento Gráfico, ministrada no Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia. Neste sentido, destaca conceitos da diagramação no jornalismo impresso; detalha as etapas de planejamento e execução do produto, incluindo o desenvolvimento de outros trabalhos acadêmicos; descreve suas características; e aponta suas fundamentações teóricas.

PALAVRAS-CHAVE: design; diagramação; impresso; jornalismo.

INTRODUÇÃO

Para obter sucesso na função de fazer um leitor compreender seu conteúdo, um jornal – assim como qualquer outro veículo portador de mensagens – deve primar não apenas pela qualidade dos seus textos, como também pela apresentação visual, determinada por seu planejamento gráfico.

Moles (1974) afirma que toda mensagem entre comunicadores humanos é a superposição de duas mensagens distintas: a mensagem semântica, integralmente traduzível, que se baseia num repertório de signos cujos elementos são enunciáveis e conhecidos antes do ato de comunicação, e a mensagem estética ou conotativa, que se baseia num conjunto de elementos de percepção inconscientes, subconscientes ou implícitos.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Design Gráfico.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFU, email: fgsaldanha@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFU, email: gabriellecarollina@hotmail.com.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFU, email: kalepso666@hotmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho. Jornalista, Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (Ufba/2004), Doutora em Ciências Sociais (Ufba/2009) e Professora Adjunta do Curso de Comunicação Social da UFU. E-mail: anacristina@faced.ufu.br



A divisão pode ser aplicada aos jornais:

No jornalismo impresso, o texto transmite a informação semântica através dos seus signos compreensíveis, mas ao mesmo tempo produz uma informação visual de reforço estético através dos símbolos gráficos que atuam na sensibilidade do receptor. (SILVA, 1985, p. 26)

Collaro (2000, p. 169) aponta a importância do visual nos periódicos diários, ao afirmar que “[...] a partir do momento em que os recursos tecnológicos se nivelam, a alternativa do que se tem em termos de concorrência e satisfação fica por conta da organização e do visual”.

Se a informação estética consegue ser apreendida pelo leitor por meio da sua retina, isso se dá por meio da percepção humana, conforme os estudos dos psicólogos da Gestalt⁶. Baseando-se nestes estudos, Hurlburt (1986, p. 136) afirma: “A capacidade do olho e da mente humana de reunir e ajustar elementos e de entender seu significado constitui a base do processo de design e proporciona o princípio que torna possível o layout de uma página”.

O planejamento gráfico, ao ser padronizado, também define a identidade do jornal, como mostra Silva (1985, p. 50): “Ao olharmos um jornal, facilmente identificamos o seu estilo de apresentação visual por meio de uma tipologia específica, pela divisão das colunas, compartimentalização das notícias e o seu inconfundível logotipo”.

Em relação à evolução da diagramação do Brasil, Meira da Rocha (2010) mostra que, até os anos 1940, predominava a técnica pré-industrial e artesanal do “boneco”, até que surgem escolas, como a argentina e a concretista, que introduzem novidades e acontece a revolução gráfica iniciada nos anos 1950 pelo Jornal do Brasil, acompanhada posteriormente pela grande imprensa brasileira (SILVA, 1985).

A importância do design gráfico para o passado e o presente das publicações jornalísticas impressas confirma a necessidade de se pensar, em sala de aula, sobre o processo de planejamento visual destes veículos.

2 OBJETIVO

O presente trabalho apresenta o processo de criação e o produto final do projeto gráfico produzido pelos autores na disciplina Planejamento Gráfico, ministrada pela

⁶ “Gestalt é uma palavra alemã com difícil tradução para o português, aproximando-se mais das idéias de ‘imagem’ e ‘forma’ (cf. HURLBURT, 1989, p.136). O princípio que rege essa teoria, proposta por Max Wertheimer em um ensaio publicado em 1912 sobre a organização perceptiva, afirma que ‘o olho humano tende a agrupar as várias unidades de um campo visual para formar um todo’ (ibidem)” (SPANNENBERG, 2004, p.171)



orientadora do artigo. O projeto foi pensado para o jornal laboratório em desenvolvimento no curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFU⁷.

A disciplina introduziu os seguintes conteúdos: discurso gráfico e construção de sentido, edição gráfica, estética aplicada a produtos jornalísticos, design de primeira página e elementos na composição da página. O projeto gráfico foi solicitado após a análise de similares, a aplicação de questionários para o público-alvo (estudantes da UFU) e a elaboração de um projeto editorial, realizadas na disciplina Projeto Interdisciplinar em Comunicação IV, também ministrada pela orientadora.

O produto desenvolvido pretendeu atrair os alunos para uma leitura diferente da que é produzida pelos impressos tradicionais, buscando irreverência em seu formato, que, ao contrário da maioria dos jornais, é horizontal. Esta característica inovadora partiu de uma limitação, uma vez que o jornal, por questões orçamentárias, não poderia ter mais de oito páginas. Com o novo formato, seria possível ampliar o número para dezesseis páginas sem aumentar significativamente os custos.

3 JUSTIFICATIVA

Anteriormente à elaboração do projeto gráfico, os autores realizaram, em conjunto com seus colegas, pesquisa para reconhecimento do público-alvo, visando à elaboração de projeto editorial (CARDOSO et al., 2010). Foram recolhidas, para tanto, 152 respostas online e via questionários impressos, durante o mês de agosto de 2010. O perfil do público identificado nas pesquisas não tem distinção de faixa de renda e tem faixa etária variável, majoritariamente entre 18 e 25 anos (81%), cursando a graduação (95%) e se mantendo financeiramente com a renda dos pais (71%).

Entre os gostos musicais, os preferidos são rock (61%), MPB (48%) e sertanejo (41%). A maioria se informa por meio de sites (88%) e telejornais (54%). 64% frequentam bares. 86% disseram que leriam um jornal voltado especificamente para os alunos da UFU. Os principais motivos são se informar a respeito do ambiente universitário e ter um meio que represente ou compreenda o contexto do universo discente. Apenas 5% responderam “talvez”, dependendo do conteúdo e da forma como seria abordado.

O presente produto apresenta aspectos previamente definidos no referido projeto editorial: foi caracterizado pelo equilíbrio de textos e imagens (82% de preferência entre as

⁷ Inicialmente, tal jornal receberia o nome de “Oficioso”, alterado posteriormente para “Senso (In)Comum” em uma votação da qual participaram discentes, docentes e técnicos administrativos do curso. Como o produto já havia sido elaborado no momento desta votação, optou-se por manter o antigo nome apenas para fins didáticos.

respostas), com fotos mais artísticas e que denotam originalidade. Buscou-se também ser mais agressivo e chamativo. Uma das inspirações foi o jornal impresso “MTV na Rua”, selecionado na análise de similares – parte integrante do projeto – pela sua característica estética: maior uso de fotos, ilustrações, artes gráficas, boxes, etc.

A criação de um jornal laboratório se justifica ainda pelo fato de que não existiam, na UFU, veículos de comunicação destinados exclusivamente aos estudantes e suas necessidades, em qualquer suporte. Os impressos do Diretório Central dos Estudantes, por exemplo, eram geralmente panfletos usados apenas em manifestações, divulgando questões pontuais do movimento estudantil.

Além disso, não foram localizados jornais semelhantes quanto ao alcance e linha editorial. A proposta do jornal é de que, baseados em seus assuntos de interesse, estudantes informem estudantes, sob a orientação de seus professores.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Segundo Collaro (2000, p. 160), a diagramação é um trabalho que leva em conta “o aproveitamento do texto, o destaque, a atração, a forma, a estética, conjugando o conteúdo com a apresentação gráfica”. No mesmo texto, o autor aponta que os jornais que dedicam atenção à diagramação valorizam “o texto com o bom gosto da distribuição, ordenação que atende à sensibilidade plástica e o espírito jornalístico que acompanha o dinamismo do trabalho jornalístico” (COLLARO, 2000, p. 160).

A obra citada aponta também que os jornais vespertinos devem apresentar uma forma dinâmica e, de certo modo, até agressiva e chocante, devido ao fato de que o público leitor está em meio ao expediente. Tais técnicas foram aplicadas ao design gráfico do jornal laboratório, que também atinge o público discente no momento em que estão no intervalo das aulas, uma vez que se propõe a concentrar sua distribuição nos campi da Universidade. Buscou-se uma diagramação ornamental, mais utilizada entre os jornais vespertinos, caracterizada por utilizar recursos de cores, grises, negativos, etc. (COLLARO, 2000).

A definição dos elementos constitutivos do presente design gráfico levou em conta, entre outras, as seguintes especificações técnicas apontadas por Fonseca (2009): formato da página; uso de marcas de identificação; tipo de papel; uso da cor; famílias de tipos; uso ou não de fios e ornamentos; uso de fotos, ilustrações e infográficos; e uso do branco.

A padronização gráfica levou em conta ainda as possibilidades da simetria e da assimetria, tendo o cuidado de manter o equilíbrio entre as páginas. Hurlburt (1986, p. 62) afirma: “O equilíbrio é o elemento-chave do sucesso de um design, tanto simétrico quanto

assimétrico”. Citando o impressor parisiense A. Tolmer, o autor também declara: “Há uma razão para que a habilidade do acrobata, para Tolmer, pareça tão excitante: é a possibilidade de fracassar, de cair. É nessa tensão, nessa possibilidade implícita, que está a força do design assimétrico” (HURLBURT, 1986, p. 63).

Para a produção do design gráfico, foi utilizado o software CorelDRAW. Porém, tomou-se o cuidado de criar um modelo que fosse possível de ser reproduzido no programa Scribus, mais adequado para o trabalho de diagramação e paginação, adotado pelo curso de Comunicação Social da UFU e distribuído como tecnologia livre, portanto, aberta e mais acessível.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O design do *Oficioso* apresenta formato de 30 x 20 cm, prático por não precisar ser dobrado para facilitar a leitura ou ser guardado. É adaptável ao formato digital, podendo ter uma versão convertida para e-readers e tablets. Embora a proposta se diferencie de um jornal tradicional, foi escolhido o papel offset 90g, para que o produto não seja confundido com uma revista. O jornal tem a capa colorida e o seu interior em tons de cinza, buscando-se limitar a poucas gradações e preto (exceto nas imagens).

A apresentação estética buscou ser diferente, simples e moderna. A diagramação não tem excesso de informações gráficas. A opção de distribuição do texto é de cinco colunas, no intuito de apresentar uma leitura que não seja pesada e cansativa ao público. Às imagens (fotos ou ilustrações) ou elementos gráficos (tabelas ou gráficos) foram reservados de 30% a 40% do espaço da página.

O logotipo é escrito com fonte serifada, com a mesma família tipográfica utilizada para os títulos do jornal, e composto por uma faixa de cor preta com a palavra “Oficioso” em cor branca. O nome do jornal é alinhado rente ao limite da faixa com as partes descendentes das letras ultrapassando o retângulo. Todas as letras estão em minúsculas. Na aplicação colorida, a logo é sempre aplicada com o pingo do “i” em cor amarela. A orientação da marca pode variar em folders, cartazes, etc. (Ver Figura 1.)



Figura 1 – Logotipo

A capa tem uma única imagem, trabalhando com os esquemas de organização gráfica do foco de tensão (CUNHA, 2010). A imagem que compõe a capa, referente à matéria principal, é categorizada como foto testemunhal ou retórica das paixões (VERON, 2003) ou ilustração. Esta imagem ocupa mais de 50% do espaço e está situada no lado direito. O tamanho e o número de imagens podem variar em edições especiais.

O título da chamada da matéria principal é localizado dentro da imagem, geralmente em cor branca, assim como a indicação da página onde se encontra a matéria e a legenda da foto, sendo as duas últimas em fonte menor. Apenas três chamadas sem parágrafo resumindo a matéria, localizadas à esquerda, compõem o restante da capa. (Ver Figura 2.)



Figura 2 – Capa

O nome do jornal na capa e as editorias no seu interior são apresentados verticalmente e orientados para cima, no canto esquerdo das páginas ímpares, ou para baixo, no canto direito das páginas pares. A marca das editorias é idêntica ao logotipo, escrita também em caixa baixa e com a mesma tipografia. Na capa, à esquerda do nome do jornal, em fonte menor, dentro da mesma faixa preta, situam-se as informações referentes à

onde seja necessário expressar força, equilíbrio e modernidade. Para o bloco de texto e o intertítulo, foi usada Arno Pro e sua variação em negrito (tipologia romana antiga). Essa fonte possui boa legibilidade e design harmonioso, que permite utilizá-la em textos longos, além de expressar seriedade, equilíbrio, cultura e longevidade. A classificação das fontes e suas qualificações são baseadas em Fernandes (2003).

As imagens são valorizadas em tamanho e podem variar, a cada página, entre uma ou duas, com equilíbrio entre fotos (predominância das testemunhais e retóricas), ilustrações e infográficos. As tabelas e gráficos fazem uso de formatos ousados, com imagens, símbolos e números em tamanho grande. As legendas e créditos são aplicadas por cima das fotos, em cor branca, sobre retângulos pretos.

A paginação é horizontal, com os títulos ocupando as cinco colunas. Utiliza-se cinco colunas, visivelmente espaçadas entre si. Os boxes e retrancas respeitam esta colunagem e são usados com sombreamento cinza claro para não reduzir a legibilidade dos textos neles contidos. Os brancos na página são minimizados, havendo pequenas margens entre o limite do papel e a impressão e entre a faixa preta e o texto.

6 CONSIDERAÇÕES

Durante todo o processo de concepção do design gráfico, buscou-se atingir o equilíbrio entre tradição e modernidade. O tradicional aparece no embasamento teórico, no trabalho com um formato impresso – no lugar de outros mais recentes, como o televisivo ou o eletrônico –, na escolha pelo “papel jornal” (offset), entre outros momentos. O moderno surge com a ousadia de propor uma diagramação incomum, fruto do contato dos autores com outras experiências estéticas e de suas reflexões sobre o público-alvo jovem, tido como inovador, contestador, dinâmico.

Para que esta combinação fosse bem-sucedida, foi preciso um estudo progressivo e orientado, baseado na apreensão conceitual, na análise de similares, no diálogo com outras disciplinas e na aplicação prática do aprendizado durante a criação do design. Esta rica experiência mostrou aos autores como o jornalismo não se limita à questão textual (semântica), tendo o planejamento gráfico (questão estética) como parte fundamental de seus processos, comprovando a importância de que os futuros profissionais dominem também essa área.



REFERÊNCIAS

CARDOSO, Adriano et al. **Projeto Editorial – Jornal Laboratório do Curso de Comunicação Social – UFU**. 2010. Trabalho apresentado como exigência parcial para aprovação na disciplina Projeto Interdisciplinar em Comunicação IV, Faculdade de Educação, Universidade Federal de Uberlândia, 2010.

COLLARO, Antônio Celso. **Projeto Gráfico: Teoria e Prática da Diagramação**. 4 ed. rev. e ampl. São Paulo: Summus, 2000. Col. Novas Buscas em Comunicação.

CUNHA, Karenine Miracelly Rocha da. **Capas na mídia impressa: a primeira impressão é a que fica**. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0787-1.pdf>. Acesso em: 03 abr 2010.

FERNANDES, Amaury. **Fundamentos de Produção Gráfica – Para quem não é produtor gráfico**. Rio de Janeiro: Rubio, 2003.

FONSECA, Ariane. **A importância do projeto gráfico no jornalismo**. 17 ago 2009. Disponível em: <http://www.arianefonseca.com/index.php/mundo-academico/a-importancia-do-projeto-grafico-no-jornalismo>. Acesso em: 10 out 2009.

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. 2. ed. Trad. Edmilson O. Conceição e Flávio M. Martins. São Paulo: Nobel, 1986.

MEIRA DA ROCHA, José Antônio. **Diagramação no Brasil: conceitos e histórico**. 13 jun 2007. Disponível em: <http://meiradarocha.jor.br/news/2007/06/13/diagramacao-no-brasil-conceitos-e-historico/>. Acesso em: 10 mai 2010.

MOLES, Abraham Antoine. **O cartaz**. São Paulo: Perspectiva, Ed. da Universidade de São Paulo, 1974.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa**. São Paulo: Summus, 1985. Col. Novas Buscas em Comunicação.

SPANNENBERG, Ana Cristina M. **A construção do leitor no jornal impresso – Estratégias de construção da recepção dos gêneros artigo opinativo e reportagem nos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo**. 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação / Universidade Federal da Bahia, Salvador.



VERÒN, Eliséo. *L'analyse du 'contrat de lecture': une nouvelle methode pour les etudes de positionnement des support presse*. In: VERON, Eliseo. **Les médias, expériences, recherches actuelles, applications**. Paris: IREP, 1985, p. 203-229.