

O DESIGN DAS CAPAS DO JORNAL ZERO HORA DE 1990 A 2010

Copyright © 2011
SBPJor / Sociedade
Brasileira de Pesquisa
em Jornalismo

ANA GRUSZYNSKI

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

BRUNA AMARAL

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

RESUMO O artigo investiga as reformulações da apresentação gráfica pelas quais passou o jornal *Zero Hora* (ZH) entre os anos de 1990 e 2010, centrando-se em suas capas. Analisa como a publicação reformulou seu *design* no período, a fim de discutir como tais modificações podem estar relacionadas a mudanças tecnológicas ligadas à circulação de edições também em outros suportes. Problematiza relações entre elementos visuais e princípios de edição jornalística, tendo em vista a trajetória do veículo. A significativa alteração dos *layouts* percebida ao longo dos anos avaliados parece estar associada à crescente quantidade de informações disponíveis no espaço gráfico e que é perpassada pelo intenso uso de recursos gráficos e imagens que muitas vezes comprometem a hierarquia do que é noticiado.

Palavras-Chave: Jornalismo impresso. *Zero Hora*. *Design*. Capas. Planejamento gráfico.

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 *on-line* foram gradualmente se conformando como produtos autônomos, deixando para trás as iniciativas pioneiras de duplicar edições impressas de publicações em *Portable Document Format* (PDF) e disponibilizá-las *on-line* (STRELOW; GRUSZYNSKI; NECCHI, 2010; QUADROS; QUADROS JR.; MASIP, 2010). De previsões que deram uma vida útil ao jornal de papel de apenas mais alguns anos a alternativas editoriais e comerciais que articulam possibilidades de permanência desses veículos no sistema midiático, acompanhamos um território de amplas reformulações.

Nesse contexto em que tensões entre novos meios e aqueles já consolidados se estabelecem, conceitos como os de *remediação* (BOLTER; GRUSIN, 2000; BOLTER, 2001) e *mediamorfosis* (FIDLER, 1998)

mobilizam no campo teórico questões centrais ao tema. Levando em consideração a matriz digital como característica fundamental dos novos meios, Bolter e Grusin (2000) entendem que a remediação (*remediation*) compreende a lógica formal pela qual estes renovam (*refashion*) as formas dos meios anteriores, aprimorando-as. Os termos hipermediacia (*hypermediacy*) e imediacia (*imediacy*) correspondem a estratégias de remediação, em que o primeiro indica um estilo de representação visual que visa a maior proximidade possível da nossa experiência visual cotidiana, de modo que abstraímos a presença do meio e temos a sensação de que estamos diante do objeto de representação; evoca, portanto, transparência. Já o segundo está associado à noção de opacidade e remete à apresentação de diferentes atos de representação que se tornam visíveis e perceptíveis ao observador. Fidler (1998), por sua vez, através da noção de *mediamorfosis*, entende que necessidades percebidas, pressões de ordem política e competitiva, inovações sociais e tecnológicas desempenham papel fundamental na transformação dos meios. Para o autor, novas formas comunicacionais ao sofrerem a influência dos meios convencionais se adaptam e se reformulam segundo ambientes distintos.

Tendo em vista a articulação entre perspectivas teóricas e dados empíricos que possam contribuir no debate acerca da hibridação entre meios e linguagens, o presente artigo trata do jornal *Zero Hora* (ZH), publicado pela primeira vez em 1964 e que, em 1996, lançou sua versão *on-line*. Em dezembro de 2009 tornou-se acessível também pelo Kindle, e o lançamento do seu aplicativo para *Ipad* em fevereiro de 2011 assinalou mais uma iniciativa do periódico na disponibilização de seus conteúdos em diferentes plataformas.

O estudo tem como foco o *design* das capas do jornal impresso, analisando as reformulações de 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 circulação de edições em outros suportes. Se nos primórdios da *web* o impresso era a principal referência para guiar os processos de produção, edição e *design* do jornal *on-line*, parece que, na atualidade, observa-se uma tendência inversa.

O *corpus* avaliado compreendeu as capas do dia primeiro de março dos anos de 1990 a 2010, priorizando uma avaliação da estrutura geral do projeto gráfico ao longo desse espaço temporal. Tendo como base a pesquisa bibliográfica, estabeleceram-se conceitos e categorias que delimitaram o objeto de estudo e orientaram 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 e sua vinculação com princípios de edição jornalística e com a história do próprio veículo.¹

A forma do jornal e os processos de edição jornalística

O mosaico de notícias que se compõe no papel ou na tela ganha sua forma final por meio do trabalho de *design*, que opera na junção entre um nível abstrato (conceber/projetar) e outro concreto (registrar/configurar), atribuindo forma material a conceitos intelectuais (CARDOSO, 2000). A forma física de um texto, o modo de disposição dos elementos na página, são fatores que determinam a relação histórica entre autores, textos e leitores. O campo físico e visual que se define a partir dos recursos tecnológicos de escrita constitui um espaço condicionante a partir do qual alternativas de articulação da retórica tipográfica são responsáveis por conformar um texto. Nesse sentido, diferentes edições de um mesmo conteúdo permitem a proposição de novas significações, podendo atender expectativas de públicos diferenciados, evidenciando assim o papel do *design* na conformação de peças comunicacionais.

O jornal tem uma personalidade gráfica que compreende uma continuidade de estilo em que um diagrama de base assegura uma variabilidade de *layouts* a partir de um esquema comum. Nas negociações entre forma e conteúdo, o projeto editorial baliza decisões tomadas ao longo dos processos de edição. Entre os valores do campo que condicionam a prática profissional, está o fator temporal, onde o imediatismo e a velocidade – brevidade entre o acontecimento e a sua transmissão – são soberanos (WOLF, 2006; TRAQUINA, 2005).

Contudo, se a composição visual tem papel importante na orientação dos leitores pelas páginas e sedimenta uma série de opções tomadas ao longo das etapas editoriais, o foco dos leitores costuma estar na história, ou seja, naquilo que é narrado, no fato noticiado. A mediação efetuada pelo *design*, então, parece ter um caráter de transparência. Uma vez que acontecimento e acontecimento jornalístico não são equivalentes, vemos que o planejamento gráfico colabora de modo fundamental para a inserção dos fatos em um quadro contextual. O relato elaborado visa a construir um sentido, desvendando causas, envolvidos, consequências etc., tornando-o, assim, um acontecimento jornalístico. O *design*, então, responde a valores-notícia e ao *newsmaking*.

A sistemática de efetuar o projeto gráfico dos jornais foi

gradualmente se consolidando justamente em torno de uma noção de previsibilidade dos acontecimentos, e muito menos na idéia de ruptura que habitualmente associamos à produção jornalística periódica. Sua divisão em seções e cadernos, a presença de suplementos especiais são eixos fundamentais que enquadram a variedade temática de informações presentes nas publicações. Distribuir fotos e textos, ampliar, cortar, inserir legendas etc., não é apenas embelezar a composição, mas estabelecer hierarquias e contrastes que visam sobretudo informar. Temos, portanto, o entendimento do jornal impresso como um dispositivo (MOUILLAUD, 2002) – forma que estrutura o espaço e o tempo, constituindo assim uma matriz que articula os conteúdos.

Do ponto de vista histórico, sua conformação gráfica se inicia com uma distinção em relação ao livro e compreende a ampliação do tamanho das páginas, introdução do título no cabeçalho da capa, destaque para a periodicidade e distribuição do texto em várias colunas. Tendo em vista que as características materiais se estabelecem gradualmente mediadas pela qualificação das técnicas de composição e impressão, podemos assinalar ainda outros marcos fundamentais na transformação de sua visualidade. Nesse sentido, a introdução da fotografia conduz à progressiva hierarquização das informações na medida em que ancora graficamente os *layouts*, delineando as bases para a concepção de jornal moderno sob o ponto de vista do projeto gráfico. A fotocomposição e a impressão *offset*, por sua vez, propiciam a paginação modular, abarcando novas estratégias de classificação de conteúdos, fotos maiores e experiências tipográficas que visam marcar a identidade das publicações. Já a impressão a cores e a introdução das tecnologias digitais de diagramação e produção gráfica consolidam o papel do *design* na produção jornalística, tendo na infografia o caráter exemplar de um recurso onde textos e imagens se aliam para revelar os mais diversos aspectos de uma notícia (GRUSZYNSKI, 2010). As experiências gráficas contemporâneas evidenciam que o *design* do jornal não tem mais como ser visto apenas como etapa final de um processo, na medida em que está diretamente vinculado ao perfil da organização que o edita, bem como ao conjunto de profissionais e suas rotinas produtivas, que são mediadas por recursos tecnológicos gerenciados cada vez mais pelos membros das redações e integrados em redes midiáticas.

Em linhas gerais, os elementos fundamentais do projeto gráfico compreendem o formato – ligado a especificações do suporte – e o espaço gráfico que dele deriva, que é organizado segundo um diagrama (*grid*). Nele são dispostos textos, imagens e recursos de apoio como

fios e texturas, que têm na cor sua característica fundamental. Critérios compositivos, por sua vez, regem a articulação destes elementos embasados em princípios perceptivos que orientam a sintaxe da linguagem visual (DONIS, 1997). Estes, contudo, são condicionados por valores específicos do campo jornalístico, em que apelo estético e compromisso informativo tensionam as escolhas possíveis, muitas vezes também subordinadas à modulação comercial da publicação.

Há que se ressaltar ainda a distinção entre as diferentes partes de um jornal, em que capa tem um papel singular na medida em que visa chamar a atenção do leitor, especialmente quando os fatos do dia são inéditos ou inusitados, informando e enunciando o que está à disposição dos leitores no interior do periódico. É nela também que está o nome do periódico, que indica a existência de um referente que visa ser (re)conhecido pelo leitor em um espaço simbólico: entre “vários”, este é “o” jornal.

Zero Hora e suas capas

A *Zero Hora* foi criada em maio de 1964, logo no início da ditadura militar brasileira (Figura 1). Hoje é distribuída em todo o estado do Rio Grande do Sul (RS) e é o principal dos oito periódicos do Grupo RBS – Rede Brasil Sul –, 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.



Figura 1: Capas de ZH de 01/05/1964, 01/03/1970 e 01/03/1990

Avanços tecnológicos marcaram e transformaram o jornal de maneira bem acentuada. Recchia (2010) identifica períodos que denomina de redação analógica, redação informatizada e redação integrada. O

primeiro vai do lançamento da publicação 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 *on-line* para junto dos que trabalhavam exclusivamente para o jornal impresso.

O intervalo temporal escolhido para avaliação retrata as mudanças ocorridas na redação relacionadas à informatização. Considerando o caráter exploratório do estudo, avaliou-se 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.

Com base no referencial teórico – que considerou historicamente a constituição do jornal sob o ponto de vista do projeto gráfico; o entendimento das relações entre projeto editorial, processos de edição jornalística e produção gráfica; bem como o detalhamento dos aspectos formais que compreendem o *design* de jornais – e em uma avaliação preliminar dos exemplares que compuseram o *corpus*, estruturamos uma tabela que foi utilizada para uma primeira avaliação de ordem quantitativa que considerou área (editorial e comercial), *grid*, níveis de texto (características tipográficas e hierarquia), imagem e outros elementos (tarjas, fios, boxes).²

Após o levantamento de todos os dados quantitativos, percebemos alguns momentos em que as características gráficas das capas eram similares. Com base nesta observação, as agrupamos em quatro períodos os quais agregaram a análise de ordem qualitativa das 20 capas, que considerou as relações entre os elementos gráficos e sua vinculação com princípios de edição jornalística e com a história do próprio veículo. Vejamos brevemente alguns aspectos ilustrativos deste percurso³ para, então, tecermos a discussão dos resultados da pesquisa.

As capas de **1990 a 1994** identificamos como **período pioneiro – emprego de novos recursos**. O início dos anos 1990 marca a entrada definitiva do computador na redação, com a digitação de textos visualizados em telas verdes, fotografia ainda analógica e comunicação via internet

incipiente. O período é marcado pela primeira reforma gráfica realizada no jornal – em 1989, por Marcio Garcia – que aumentou o tamanho das letras obrigando os jornalistas a diminuir os textos, e recomendou o uso de um maior número de imagens (e em tamanho maior).



Figura 2: Capas de ZH de 1º de março de 1990, 1991, 1992, 1993 e 1994, respectivamente

Nas capas (Figura 2), as imagens têm papel relevante, destacando-se a diferença de tamanho entre a foto principal e as demais – em 1994, contudo, fotomontagem e ilustração concorrem se desconsiderarmos a distinção assinalada pela área do box. No intervalo o logotipo é quadrado, preto e com letras sem serifa, ocupa 5,18% da área da capa e muda constantemente de lugar. Em nenhuma edição encontramos anúncios que ocupassem mais de 4% da totalidade da capa.

O uso de fios de diferentes espessuras é significativo na demarcação de conteúdos, ainda que nem sempre os espaçamentos entre os elementos e o uso de branco favoreçam essa distinção. Há uma variedade de apropriações de um diagrama de cinco colunas, sem que uma identidade visual se constitua de modo evidente. Observa-se uma coluna dedicada a chamadas que é, talvez, o elemento mais constante, ainda que flexível. As capas são predominantemente preto e branco, a cor está presente nas imagens, à exceção de um amarelo suave que preenche o fundo do box em 1994. Em termos tipográficos, se estabelecem níveis de textos por meio de variações de tamanho, peso e inclinação de tipos com serifa, predominantemente. Uma fonte sem serifa é utilizada nas cartolas. A quantidade de elementos e sua organização nem sempre favorece a pregnância do *layout*, em que clareza, simplicidade e regularidade auxiliam na percepção das informações.

As capas dos anos de **1995 a 1998** (Figura 3) nomeamos como **período de conformação – valorização da cor e da imagem**. 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*. Neste período, primeiro é disponibilizado o caderno de informática na rede e, no ano seguinte, em 1996, cria-se o Zero Hora digital, que é atualizado a cada 24 horas.



Figura 3: Capas de ZH de 1º de março de 1995, 1996, 1997 e 1998, respectivamente

No intervalo de tempo que compreende estas edições, há a reformulação do logo de *Zero Hora* (Figura 4) em um modelo que se mantém até hoje: *Zero Hora* escrito em maiúsculas com fonte serifada e uma barra colorida acima do nome do jornal (Figura 5). A área ocupada por ele na capa passou para 12,21% da página, o que lhe conferiu muito mais destaque e visibilidade. Outra marca gráfica do período é a ausência de cartolas. A barra vertical com chamadas menores – ora na esquerda, ora na direita – também desapareceu.



Figura 4: O logo quadrado da edição de 1º de março de 1992, criado por Hans Donner, usado até a reforma de 1994



Figura 5: O logo horizontal da edição de 1º de março de 1996, usado de 1994 em diante

Ainda há a presença de muitos fios para separação dos elementos. Percebe-se uma maior utilização de cor e a ampliação do tamanho das imagens. Os estilos tipográficos deixam de lado o itálico usado nas legendas, mantêm as distinções de peso (regular/negrito) e introduzem tipos sem serifa em algumas chamadas. 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.

A edição de 1997 é um exemplo de 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, são manchetes terciárias dentro de boxes com linha. O fator que deixa diferenciar a manchete principal do resto é sua posição central e o uso de uma ilustração, maior que todos os outros elementos da capa. O uso do box para delimitar o espaço das matérias não foi suficiente para criar distinção visual, dificultando a localização do elemento mais relevante. 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 as caixas (que têm como cor predominante o vermelho) tratam-se de um anúncio publicitário.

De **1999 a 2005** temos o **período de consolidação – maior uniformidade no projeto gráfico**. 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 (Figura 6).

Temos de volta a coluna com chamadas 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 mantêm quase a mesma ao longo dos anos, o que de certa forma deixa as capas do



Figura 6: Capas de ZH de 1º de março de 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 e 2005, respectivamente

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 7), 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 8). 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 7: Reprodução do logo usado em 1999 e 2000



Figura 8: Reprodução do logo usado de 1995 a 1998 e após 2000

A diagramação da primeira página das edições de **2006 a 2010** (Figura 9) identificamos como **período de inovação – estratégias diversificadas de atração visual**, que compreende diversas mudanças importantes. Uma reforma gráfica realizada em setembro de 2005 deu maior destaque para os cadernos na capa, criando uma linha horizontal de chamadas bem abaixo do logo. 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 mesma cor é utilizada também em boxes e outros elementos da página.



Figura 9: Capas de ZH de 1º de março de 2006, 2007, 2008, 2009 e 2010, respectivamente

Em 2007, a redação recebeu os profissionais que trabalham exclusivamente para a versão *on-line* do jornal, abrindo-se também espaço no impresso para chamar os materiais produzidos pela mídia *on-line*. Outra reforma⁴ ocorrida em 2009, ampliou a área do logo que passou a ocupar 23,91% da página, pois essa passou a compreender também as

chamadas para os cadernos. As fotos e títulos adicionaram um fundo colorido para o 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 onde 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 passa uma idéia 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 tom lavanda do projeto. No entanto, ainda há um grande número de informações e cores. Nesse sentido, a edição de 2008 é exemplar: 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 formam-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.

Em 2010, destaca-se 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 apropriação 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 de a manchete perder a linha de apoio. Há também uma diminuição no uso dos fios.

Discussão dos resultados

As análises realizadas apontam para a existência de uma identidade gráfica nas capas de *Zero Hora* que veio se conformando e consolidado no tempo. Esta supõe que o leitor, hoje, pode facilmente diferenciar o jornal dos outros por sua visualidade. No entanto, isso não equivale à afirmação de que o periódico tenha boa legibilidade – entendida tanto no que se refere à percepção dos tipos quanto à precisão com que sua composição conduz à compreensão intelectual do texto –, nem que seu *layout* resulte em composições em que a organização visual favorece a compreensão e rapidez de leitura ou interpretação (pregnância).

No âmbito da tipografia, o levantamento dos dados evidenciou o predomínio do uso de fontes serifadas regulares, em caixa baixa e em preto. As variações em itálico deixaram de ser usadas já no início do período de consolidação e títulos em caixa alta apareceram em raras ocasiões. No caso das manchetes, isso se justifica no argumento de afastar-se do modelo de chamadas característicos de tablóides de apelo popular. Em sentido

oposto, contudo, parece dar-se o emprego da cor, que cresceu com o passar dos anos nem sempre de modo estratégico no sentido da legibilidade e qualidade informacional. 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.

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 linhas gerais, podemos inferir que a tecnologia aumentou o número de elementos diferentes com os quais o diagramador deve lidar na hora da montagem da 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 se espera 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.

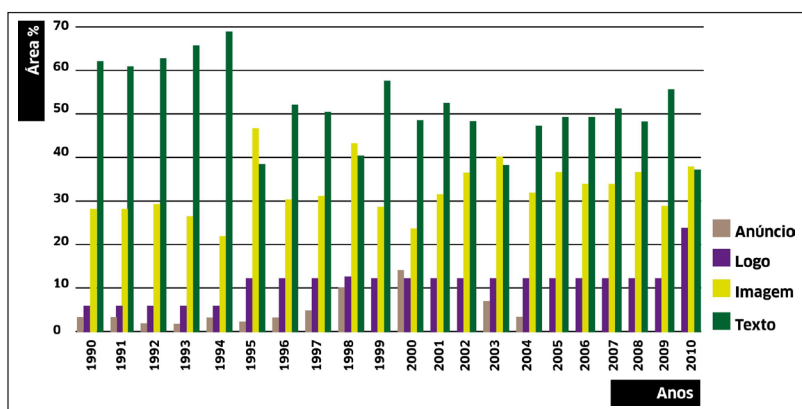


Gráfico 1: Distribuição da área das capas de 1990 a 2010 em %

A quantidade de matérias nas capas varia bastante de um ano para 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 a 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.

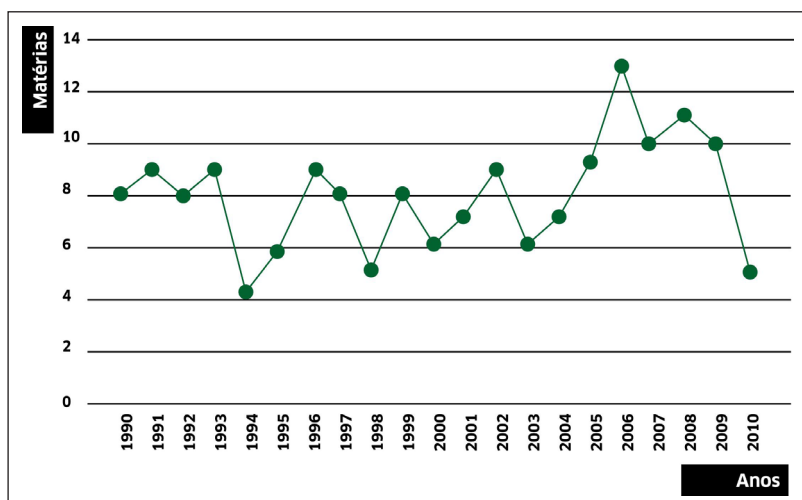


Gráfico 2: Quantidade de matérias chamadas na capa por ano

O grande número de chamadas não é interessante nos tablóides, 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 tablóide sejam os mesmos, o *design* de capa de deste último não pode simplesmente transformá-la 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 10), 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 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 10). O fio, o fundo, a borda e a foto criam um excesso de informação desnecessário em um espaço tão reduzido.



Figura 10: Box usado nas capas de 2004 e 2001, respectivamente

Nota-se no jornal certa recorrência na tentativa de remediar o excesso de informação com uma significativa presença de recursos gráficos, provocando uma desorganização generalizada. Esta afirmação é exemplificada visualmente na capa de 2008 (Figura 11). 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 tom lavanda usado no projeto gráfico.

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. Esses elementos, usados para separar e destacar conteúdo, poderiam ser abolidos sem prejuízo algum



Figura 11: Capa de ZH de 2008

para a capa. Além disso, quase não há espaços brancos. O excesso de elementos dificulta a leitura rápida e confere à capa uma baixa pregnância ao se opor significativamente ao conceito de simplicidade visual.

Em contraste a essa situação, podemos destacar a capa de 1997 (Figura 12), que apresenta 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 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. Assim, tudo que se ganha na simplicidade neste exemplar, perde-se pela absoluta monotonia e pelo baixo nível de hierarquização. A repetição dá-se de forma tão forte que ao observarmos o anúncio no canto inferior direito, esperamos que o quadro do canto inferior esquerdo também seja o anúncio. A diagramação, inclusive, usou cores próximas as do anúncio no conteúdo editorial, o que confunde o leitor ainda mais.

Outro exemplo de como a composição pode prejudicar a legibilidade é o box da capa de 2006 (Figura 13), que trata de diversos assuntos referentes à volta das férias de verão. A indicação das quatro



Figura 12: Capa de ZH de 1º de março de 1997



Figura 13: Reprodução do box da capa de 1º de março de 2006

chamadas menores utiliza uma seta vermelha ao lado de cada um dos textos. Uma vez que setas são símbolos usados para indicar direção ou sentido, elas criam certo movimento na linha dos títulos, possibilitando a suposição que um bloco continua o outro. Entretanto, os assuntos não estão encadeados de maneira contínua nem quanto à estrutura – pois não estão em páginas consecutivas – e nem quanto ao próprio tema – pois estão em editorias diferentes.

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. Contudo, o aumento da área do cabeçalho, que aboliu a linha horizontal com chamadas coloridas para cadernos do período de

consolidação, transformou o campo do logo no novo local para essas remissões. Atualmente, cores, texto, outros logos e imagens dividem espaço com o logotipo de *Zero Hora*. Em muitos casos, as fotografias se sobrepõem ao nome do jornal, como no exemplar da amostra (Figura 14).



Figura 14: Área do cabeçalho de ZH atualmente

As cores e as fotos usadas neste espaço compartilham a atenção do leitor com o logotipo do jornal, reduzindo o destaque dado ao seu nome. Sendo esta uma área relevante para a identidade do periódico, na medida em que ela se confunde com os conteúdos abordados, há uma alteração significativa em relação à tradição do jornal como dispositivo. Quando o próprio nome do jornal perde importância, um fator que tem papel significativo na credibilidade do veículo junto ao leitor vê-se redimensionado.

O próprio jornal evidencia que mudou graficamente 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). Cientes do percurso histórico que conformou a visualidade dos jornais ao longo do tempo, e tendo analisado edições de ZH ao longo de 20 anos, nos parece evidente que a introdução e apropriação das tecnologias digitais teve significativa influência no projeto gráfico e na diagramação das capas do periódico. Temos hoje um maior número de recursos gráficos compositivos que podem ser reproduzidos com boa qualidade de impressão e em menor tempo. Nesse sentido, cabe destacar que o Grupo RBS construiu e equipou – com rotativas Wifag e o sistema de expedição Ferag – um novo parque gráfico com uma área de 12 mil metros quadrados, que possibilitou que o limite de páginas coloridas passasse para a totalidade da edição. Este parque gráfico foi inaugurado em 2009.

No que se refere aos processos editoriais, a informatização agilizou os fluxos de produção e edição de textos e imagens que se integram no programa de paginação. No caso de ZH, um *software* que gerencia a parte comercial, indica aos diagramadores a reserva de espaços para os anunciantes. A criação de uma diversidade de modelos

de diagrama de páginas mestras auxilia a minimizar as tensões inerentes às negociações entre qualificação do material editorial e tempo. Por outro lado, na medida em que alguns cliques possibilitam a alteração do *layout*, a introdução de notícias, mesmo que nos últimos minutos do fechamento, pode ser fator de influência no aumento da média de matérias na capa identificado nos últimos anos. Podemos inferir ainda, que a redação integrada propicia negociações entre os editores, que visam definir que informações irão ser veiculadas em cada suporte, quando, e como.

Se a capa é o espaço que pauta o leitor, que visa informá-lo de maneira clara quais os fatos importantes do dia, vimos nos exemplares avaliados que essa hierarquização fica, por vezes, prejudicada. O excesso de elementos visuais, em especial imagens e cores, evoca páginas de jornal tablóide de perfil mais popular. ZH, no entanto, busca ser um jornal sério e concentra 49% dos seus leitores nas classes A e B⁵.

Considerações Finais

Analisando e comparando capas dos últimos 20 anos de *Zero Hora* é possível associar elementos gráficos presentes no impresso que remetem à visualidade de edições de jornais desenvolvidos para a *web*. Poderíamos dizer que as barras largas que separam o conteúdo na página em papel evocam 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*. Contudo, diferentemente 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, um espaço bidimensional e com restrições espaciais distintas de documentos digitais.

Se afirmarmos que as páginas analógicas foram se conformando de modo a ficarem mais parecidas com o que vemos na internet – em um movimento inverso à fase inicial dos jornais na rede – estaremos ainda posicionados nas impressões iniciais que mobilizaram a questão de pesquisa. O referencial teórico que vem se constituindo em torno da cultura gráfica demonstra a riqueza e complexidade que é lidar com os vários fatores que a perpassam. Se os ingredientes parecem ser basicamente os mesmos – textos e imagens com suas cores distribuídos em um espaço determinado com o apoio de linhas e espaços vazios –, a análise revelou a variedade de alternativas compositivas resultantes das decisões editoriais. A conformação do dispositivo jornal, do livro como referência primeira passando pela concepção de periódico moderno sob

o ponto de vista do projeto gráfico, nos desafia contemporaneamente a refletir sobre a intrincada trama que tensiona tradição e inovação.

A discussão demanda ainda a problematizar tais aspectos segundo as especificidades das práticas e valores jornalísticos, apenas introduzidos no presente estudo. Além disso, o conceito de remediação (BOLTER; GUSIN, 2000; BOLTER, 2001) permite aprofundarmos a reflexão em torno das estratégias visuais articuladas pelo *design* – ora de transparência, ora de opacidade – na configuração das informações. Em uma cultura visual marcadamente midiática, onde nossa proficiência de leitura compreende lidar com diferentes meios cotidianamente e, muitas vezes, simultaneamente, é redutor afirmar que o jornal impresso hoje se parece com o jornal digital, seja para ser lido em um *browser* ou em um aplicativo para *lpad*. Meios convencionais e novas formas de comunicação estão reformulando seus modelos segundo características e ambientes singulares, em um caldo de aceleradas inovações tecnológicas.

No caso específico do objeto avaliado, uma vez que a área do suporte papel não é infinita e nem extensível como é o espaço na *web*, fica ainda mais evidente a necessidade de seleção dos conteúdos para a capa do jornal. Em nosso *corpus*, contudo, vimos que houve um aumento da quantidade de dados e recursos gráficos nas capas do jornal ao longo do período avaliado. Esse incremento na quantidade sem uma estratégia sólida para organizar e distribuir de maneira coerente as matérias na primeira página nem sempre resultou em qualificação editorial. A simplicidade no momento da diagramação não significa pobreza de conteúdo visual, mas evidencia uma preocupação com a apreensão e assimilação dos conteúdos. Afinal, é crucial que um meio de espaço bidimensional e restrito posicione de modo estratégico e hierárquico as notícias, assumindo suas potencialidades consolidadas em séculos de história e reinventadas a cada edição.

NOTAS

- 1 O estudo empírico aqui apresentado foi realizado como trabalho de conclusão do curso de jornalismo por Bruna Amaral e orientado por Ana Gruszynski. O quadro teórico e a perspectiva adotada vincula-se à pesquisa *Entre o pixel e o papel: a comunicação visual nos suplementos culturais de jornais impressos na contemporaneidade – Um estudo sobre os jornais Folha de São Paulo e Zero Hora*, que está sendo desenvolvida no Laboratório Eletrônico de Arte & Design (LEAD) da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO) da Universidade Federal do Rio

Grande do Sul (UFRGS), com o apoio do CNPq. Esta tem como objetivo geral identificar tendências no planejamento gráfico de jornais impressos brasileiros na contemporaneidade, tendo em vista especialmente o âmbito do segmento de cultura dos periódicos *Zero Hora* e *Folha de S. Paulo*.

- 2 Os procedimentos metodológicos são detalhadamente descritos em: AMARAL, B. **Entre papéis e pixels: o design das capas do jornal Zero Hora de 1990 a 2010**. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.
- 3 A análise qualitativa deteve-se na avaliação dos elementos aqui apenas apontados em função da restrição de espaço. Cada uma das capas foi considerada segundo diagrama, imagens, tipografia e recursos gráficos.
- 4 A reformulação deu 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, fundamentais para a venda da edição avulsa nesse dia da semana.
- 5 Dados do Mídia Kit de *Zero Hora*, disponível em: <http://publicidade.clicrbs.com.br/zh/about?uf=1>. Acesso em 15 out. 2010.

| BIBLIOGRAFIA

AMARAL, B. **Entre papéis e pixels: o design das capas do jornal Zero Hora de 1990 a 2010**. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

BOLTER, J. D. **Writing space: computer, hypertext, and the remediation of printing**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation: understanding new media**. Baltimore: The MIT Press, 2000.

CARDOSO, R. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

FIDLER, R. **Mediamorfosis: comprender los nuevos medios**. Buenos Aires: Granica, 1998.

FINBERG, Howard I.; ITULE, Bruce D. **Visual Editing - a graphic guide for journalists**. Belmont: Wadsworth Publishing Company, 1989.

GRUSZYNSKI, A. *Jornal Impresso: Produto Editorial Gráfico em Transformação*. **Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM**. Caxias, set. 2010.

MOUILLAUD, M. Da forma ao sentido. *In*: MOUILLAUD, M.; PORTO, S. (org.). **O jornal**. Da forma ao sentido. Brasília: Editora UnB, 2002. p. 29-35.

QUADROS, C.; QUADROS JR., I. B.; MASIP, P. M. Webjornalismo: da forma ao sentido. Os casos de Gazeta do Povo e La Vanguardia. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 20, p. 161-177, dez. 2010.

RECCHIA, M. **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.

STRELOW, A.; GRUSZYNSKI, A.; NECCHI, V. Backup do jornalismo digital. *In*: PRIMO, A. **Mapeamento 2**: do ensino de jornalismo digital no Brasil em 2010. São Paulo: Itaú, 2010.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. A Tribo Jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular. V. 2, 2005.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Portugal: Editorial Presença, 2006.

Ana Gruszynski é doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: anagru@gmail.com

Bruna Amaral é graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Atua como jornalista na Zero Hora. E-mail: a.bruna@yahoo.com.br