



Gramado – RS

De 30 de setembro a 2 de outubro de 2014

DESIGN DE JORNAIS: métodos para abordar o objeto

Patricia Lopes Damasceno

Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS

pldamasceno@gmail.com

Resumo:

O presente artigo expõe a metodologia utilizada em uma pesquisa de mestrado, aplicada para analisar o projeto gráfico do *Segundo Caderno*, cujo é o suplemento diário cultural pertencente a um dos principais jornais do estado do Rio Grande do Sul, a *Zero Hora*. Este estudo buscou identificar e analisar quais eram os elementos gráficos e as estratégias compositivas utilizadas pelo caderno, a fim de compreender as especificidades do design gráfico desenvolvido junto ao campo jornalístico. Neste percurso, verificou-se a bibliografia metodológica restrita, revelando a complexidade de análise dos elementos de ordem visual. Portanto, com este artigo se pretende expor parte da metodologia desenvolvida, de modo a incentivar discussão sobre o tema e a produção de conhecimento neste âmbito.

Palavras-chave: metodologia, design de jornais, método, *Zero Hora*, *Segundo Caderno*.

Abstract:

This article presents the methodology used in a Master thesis, applied to analyse *Segundo Caderno's* graphic project, a newspaper's cultural daily addendum on the state of Rio Grande do Sul. The study identifies and analyses which are the graphics elements and the layout strategies used by the paper, verifying the way it deals with the editorials process and with the journalistic field values. In this way, verifies the complex complexity of evaluating a visual object and, considering the nature of each image, the limited methodological literature. Therefore, this article is intended to expose some of the methodology developed in order to stimulate discussion on the topic and the production of knowledge in this area.

Key words: methodology, newspaper's design, method, *Zero Hora*, *Segundo Caderno*.

1. INTRODUÇÃO

A inconstância e imprevisibilidade do conteúdo editorial jornalístico é convertida em continuidade mediante o estabelecimento de um repertório gráfico que se repete a cada nova edição (GARCIA, 1987). Em vista disso, essas características visuais cristalizam-se em um projeto gráfico que cumpre a função de expressar a personalidade de uma publicação. Mesmo considerando os parâmetros que esse projeto fornece, a composição diária das páginas ainda deve corresponder formalmente à particularidade do conteúdo das distintas edições. Assim, a escolha das técnicas compositivas deve se adequar à natureza do projeto e às demandas de cada conteúdo, a fim de promover a associação desejável com o público (DAMASCENO, 2012).

Em qualquer composição visual, o ato de tornar visível algo que ainda não existe mostra a complexidade de um processo que envolve o designer em circunstâncias de seleção e rejeição, nas quais o planejamento, a indagação intelectual e conhecimento técnico são fundamentais. No caso de uma publicação periódica como os jornais, isso acontece em meio a uma cultura que é própria desse campo e que abrange seus valores e práticas. A rotina de confecção da notícia pressupõe prazos justos tanto para sua produção quanto para a criação de *layouts*. Há de se considerar situações em que o tempo se reduz ainda mais; nessas ocasiões, não só o domínio técnico e a habilidade para manipular os elementos são vitais, mas agilidade e trabalho em equipe são essenciais para dar conta das demandas de última hora. Muitas vezes a solução ideal é fazer o melhor possível dentro do tempo hábil (DAMASCENO, 2012).

Dentro deste enfoque, destacam-se algumas peculiaridades da cobertura cultural as quais compreendem a natureza de seu conteúdo, isto é, ao mesmo tempo em que a cobertura é guiada pela abordagem do jornalismo como um todo, se distingue dele, aspecto essencial para se pensar sua proposta visual. Ao fazer a mediação entre o sistema cultural e o público, com o objetivo de democratizar a informação, oferecendo ao maior número de pessoas os acontecimentos dessa esfera, o jornalismo cultural interpreta esse sistema e fornece modelos que influenciam nos modos de agir e pensar das pessoas. Nesse sentido, o compromisso que o projeto gráfico assume com a cobertura cultural é elevado, de modo que ele próprio deve se propor a ser uma experiência cultural em ação (PIZA, 2009).

Esses pressupostos teóricos, sinteticamente resgatados, nortearam a tentativa de responder ao problema da pesquisa de mestrado, que compreendia identificar quais eram as estratégias gráficas utilizadas no design do *Segundo Caderno de Zero Hora*, em suporte impresso, e como estas se articulavam com os requisitos compositivos e editoriais da publicação. Em virtude disso, os procedimentos metodológicos abrangeram: a pesquisa bibliográfica; a avaliação quantitativa e qualitativa de um *corpus* composto por 24 edições (julho, agosto, setembro e outubro de 2011); a observação das rotinas produtivas; e entrevistas não-estruturadas com cinco profissionais desta editoria.

Para tornar compreensível a estrutura metodológica adotada, acredita-se ser pertinente expor sucintamente a estrutura geral da dissertação que deu origem a este artigo. Assim, primeiramente, o estudo bibliográfico forneceu a fundamentação teórica, as matrizes para análise do objeto e, conseqüentemente, as bases para a problematização do fenômeno. Em vista disso, para o primeiro capítulo, foi fundamental recuperar alguns conceitos básicos a respeito do jornalismo e de seu

segmento de cultura – seus valores, os processos que envolvem a rotina de produção da notícia –, para que fosse possível compreender a lógica operante do design gráfico dentro de um âmbito profissional específico. A seguir, o segundo capítulo dedicou-se ao estudo do projeto gráfico com foco em publicações impressas de formato jornalístico. Nesse item foram expostos os elementos básicos que compreendem o planejamento de uma publicação, como *grid*, cores, tipografia, critérios compositivos e demais recursos que compõem esse discurso gráfico. Finalmente, o terceiro capítulo tratou de abordar o objeto da pesquisa, o *Segundo Caderno de Zero Hora*. Esta foi a etapa que apresentou os dados obtidos a partir do estudo empírico e a posterior análise e discussão de todo material recolhido.

Portanto, foi a partir dessa trajetória que se buscou não somente a análise do produto final, mas também a discussão acerca de quais processos envolvidos na rotina produtiva do jornal determinava o que ia ou não para a página e, principalmente, de que forma esse conteúdo era ofertado ao leitor, a fim de problematizar como os processos de edição se relacionavam com aquilo que era publicado.

2. PERCURSO DE PESQUISA MÉTODOS E FERRAMENTAS

Conforme apontado acima, parte do levantamento dos dados compreendeu a recolha das edições por meio de pesquisa documental, a qual se vale de documentos originais que ainda não receberam tratamento analítico por nenhum autor, “ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa” (GIL, 2007, p. 66). Essa etapa final do estudo, a análise das edições, ocorreu em duas fases, uma quantitativa e outra qualitativa. A primeira compreendeu a avaliação de elementos singulares da publicação (como área editorial x comercial, ocorrência ou não de ilustrações, etc.) a partir de uma tabela. A segunda deu conta das estratégias de articulação dos elementos encontrados nas páginas (tendo como referência os dados quantitativos obtidos) e sua relação com o conteúdo informativo.

Para que fosse possível enquadrar a análise do projeto gráfico dentro do ambiente em que as decisões são tomadas é que outro método foi utilizado, o observacional, o qual indica os meios técnicos da investigação. O estudo por observação é um dos mais utilizados em pesquisas sociais segundo Gil (2007) e tem por objetivo observar “algo que acontece ou que já aconteceu” (GIL, 2007, p. 34). O autor ainda acrescenta que nesse processo o pesquisador emprega seus sentidos na apreensão de como determinado fenômeno acontece, sendo que uma das principais vantagens é “que os fatos são percebidos diretamente, sem qualquer intermediação” (GIL, 2007, p. 110). O procedimento desenvolvido a partir dessa abordagem foi o da observação simples, que de acordo com o autor é aquela situação na qual o pesquisador é espectador dos acontecimentos, ou seja, não atua no ambiente, apenas “observa de maneira espontânea os fatos que ocorrem” (GIL, 2007, p. 111). Dessa forma, objetivou-se a percepção daqueles dados omitidos ou não revelados em outras etapas da pesquisa.

A realização dessa foi autorizada a partir de contatos por *email* e telefônicos com os editores de cultura do caderno, em seguida formalizada pela assinatura do Termo de Consentimento Livre Esclarecido. Logo foi agendada a semana de observação e solicitado aos editores que comentassem sobre a presença de uma pesquisadora no ambiente de trabalho. Durante os seis dias de observação (de 24 a 29 de outubro de

2011) foi utilizado um bloco onde eram feitos os registros dos acontecimentos e posteriormente transferidos para arquivo digital.

Para dar suporte aos dados obtidos com a observação, bem como complementar a análise do projeto gráfico, recorreu-se também ao método da entrevista não estruturada, visto que esta possibilitou maior flexibilidade na sua elaboração. Segundo Richardson (1999, p. 208), “a entrevista não estruturada procura saber *que, como e porque* algo ocorre, em lugar de determinar a frequência de certas ocorrências”. Assim foi possível obter do entrevistado os aspectos mais relevantes, segundo ele, sobre o tema abordado. A técnica de entrevista adotada foi a guiada, que possibilitou alcançar com o entrevistado informações e descrições detalhadas das situações do assunto. Na entrevista guiada, “as perguntas dependem do entrevistador, e o entrevistado tem a liberdade de expressar-se como ele quiser guiado pelo entrevistador” (RICHARDSON, 1999, p. 212). Para a seleção dos elementos, optou-se pelo tipo de amostra não probabilística. O tipo de amostra selecionada foi a intencional, pois “os elementos que formam a amostra relacionam-se intencionalmente de acordo com certas características estabelecidas” (RICHARDSON, 1999, p. 161) pelo pesquisador.

Durante a estada na redação, as entrevistas foram pré-agendadas com os participantes e posteriormente confirmadas por *e-mail*. Assim, acertou-se horário, dia e local que fosse mais conveniente para cada entrevistado. Ao todo, foram realizadas cinco entrevistas com os profissionais envolvidos na elaboração do conteúdo editorial e gráfico do *Segundo Caderno*: editor, diagramador, repórter, fotógrafo e o responsável pelo projeto gráfico de *Zero Hora*.

Com base no modelo de entrevista adotado, estabeleceu-se um roteiro base para as perguntas que, de um modo geral, abrangeu:

- a) Conhecer um pouco da trajetória profissional dos entrevistados, formação, onde atuaram, quando ingressaram na *Zero Hora*, em que áreas trabalharam dentro do jornal, tentando mapear, entre outros fatores, algum tipo de ligação com o setor cultural nesse percurso;
- b) Processos da rotina de produção, objetivando tanto confirmar alguns dados obtidos durante a observação quanto investigar outros que não foram alcançados nessa etapa. As perguntas procuraram identificar: qual o papel de cada profissional no fluxo de produção; como eram elaboradas e distribuídas as pautas; quais eram os parâmetros editoriais para seleção do conteúdo; como era definida a hierarquia do conteúdo no caderno; como era a relação com as fontes e com o público leitor, etc.
- c) Aspectos dos projetos editorial e gráfico, buscando informações sobre: como se configurou a última reformulação em 2009, o que a motivou e o que cada entrevistado pensava a respeito dessa mudança; verificar quais os principais recursos visuais elaborados especificamente para o caderno e quais derivavam do projeto gráfico geral da publicação; examinar o posicionamento dos profissionais em relação ao uso de fotografias, ilustrações e infográficos no caderno; constatar os parâmetros que guiavam a formatação do conteúdo; averiguar se existiam regras internas para diagramação; identificar junto aos profissionais qual o papel do design para o caderno, bem como o papel do caderno para a publicação.

Salientem-se ainda que as questões consideraram as particularidades da função de cada profissional no contexto da redação, igualmente, diante da fala dos mesmos surgiam assuntos que instigavam esclarecimentos e, assim, novas perguntas eram elaboradas durante o andamento das entrevistas, conforme o próprio método adotado já previa.

Para o *corpus* de pesquisa foi selecionada uma semana de publicação durante

os meses de julho, agosto, setembro e outubro de 2011, sendo uma de cada mês, em que foi conciliada a última semana das edições com a mesma da observação *in loco*. Assim, pretendeu-se reunir diferentes momentos representativos do caderno. Diante disso, a partir da pesquisa bibliográfica, em específico daqueles autores que se dedicam ao estudo dos fenômenos visuais (ARNHEIM, 2005; DONDIS, 2007; GOMES FILHO, 2004; GRUSZYNSKI, 2007; LUPTON e PHILLIPS, 2008) e do design de jornais (BARNHURST, 1994; FROST, 2003; GARCIA, 1987; LAREQUI, 1994; LOCKWOOD, 1992; ZAPPATERRA, 2008), foram elaboradas as categorias de análise do projeto gráfico. Os elementos singulares compreenderam uma tabela que deu conta da avaliação quantitativa. As estratégias de articulação dos elementos e sua relação com o conteúdo informativo foi desenvolvido por meio de análise qualitativa.

A primeira abordagem quantitativa da amostra foi dividida em três fases: análise do todo das edições, análise individual das páginas e análise da fotografia. O segundo momento de avaliação foi pautado pelos procedimentos qualitativos que visaram ao estudo das relações estabelecidas pelos elementos compositivos na superfície. Igualmente, buscou-se, com este passo, aprofundar as tendências inicialmente apontadas pela análise quantitativa. Cada um desses momentos será delineado na sequência.

2.1 Análise Quantitativa

A análise das edições teve por objetivo inicial identificar o espaço dedicado à *área editorial* e à *área de anúncios*. Inicialmente, foi calculada a área total do caderno¹ e desta foi subtraída a área de anúncio: o restante foi considerado área editorial. Em seguida, foram registradas as manchetes das capas e classificados os temas² encontrados na publicação, tanto nas capas quanto páginas internas. Nesse momento, percebeu-se que o índice total de remissão aos temas estava sendo fortemente incrementado pelos assuntos que surgiram da contracapa; por isso, optou-se por identificá-los de modo separado e compará-los ao total localizado no caderno. Ao final, foram geradas as porcentagens e gráficos apontados pelos números contabilizados.

C	D	E	F	G
Nº página	Área Total	Área Editorial	Área Anúncio	Capa/título/segmento
8	7360	5770,2	1589,8	Folias de inverno - Outros (evento estação grama
8	7360	6053,2	1306,8	Hollywood pelo avesso - Cinema
8	7360	5846,5	1713,5	Volta às Aulas - Literatura e Outros - Evento Studi
8	7360	6160	1200	Claire entre nós - Cinema
8	7360	5222,4	2137,6	Tem gaúcho na parada - música
8	7360	6066,5	1293,5	7 dias de Rock - Música
		78%	22%	
		82%	18%	
		77%	23%	
		84%	16%	
		71%	29%	
		82%	18%	
	Média	79%	21%	

Figura 1 – Visualização de parte da tabela utilizada na análise das edições. Fonte: elaborada pelo autor, com base na pesquisa realizada.

¹ Mancha gráfica total: 7.360cm²

² Música; TV; Cinema; Teatro; Fotografia; Literatura; Artes; Ilustração; Quadrinhos; Moda; Dança; Outros.

A análise individual das *páginas* tratou de detalhar o que compreendia a área editorial e de anúncios computada primeiramente. Sendo assim, aferiram-se as áreas de *texto*, *fotografia*, *anúncio*, *infografia*, *ilustração* e *espaço restante* (demais elementos não englobados como cartolas, espaços em branco, legendas, etc.) na respectiva ordem³. Igualmente, dentro da *área de texto* foi apurado como esta se subdividia, ou seja, quais gêneros de texto jornalístico eram identificáveis. Para essa classificação, foi utilizada a referência proposta por Sousa (2005) que se enquadrava nas unidades do caderno, sendo: *Matérias*⁴ (considerou-se o equivalente à notícia); *Notas*; *Breves*⁵; *Colunas* (essa categoria envolveu a marcação das colunas fixas apresentadas pelo caderno, assinadas periodicamente pelos mesmos autores); *Entrevistas*; *Artigos*; e *Box*⁶ (compreendeu as informações enquadradas em blocos de cor ou contornos, podiam conter serviços, notas complementares, entre outros gêneros). A *área de infografia* também foi detalhada a partir da classificação de De Pablos (1999), dividindo-se em: *Gráficos Linha e Barra*; *Gráficos Pizza*; *Sumários Infográficos*; *Tabelas Numéricas*; e *Diagrama Jornalístico*.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Texto									Fotografia		Anúncios	
2	Página	Área	Matérias	Notas	Breves	Colunas	Entrevistas	Artigos	Box (serviço)	Área	Fotografias	Área	Quantidade
3	1	285	1	0	0	0	0	0	0	536,64	1	0	0
4	2	209	0	2	6	0	0	0	0	333,25	6	104,8	1
5	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	920	1
6	*4	294,5	1	1	0	0	0	0	0	195	1	345	1
7	5	236,75	0	1	0	0	1	0	1	155	1	397,2	2
8	6	332,5	1	0	0	0	1	0	0	144,15	1	40,8	1
9	7	208	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	8	279,25	0	5	1	0	0	0	0	103	2	104,8	1
11	Totais	1845	3	9	7	0	2	0	2	1467,04	12	1912,6	7
12		25%	13%	39%	30%	0%	9%	0%	9%	20%	1,50	26%	0,88
13								23	100%				
14	*Página Dupla com tratamento diferenciado entre as duas páginas												
15													
16		Infografia						Ilustração		Restante			
17	Página	Área	Gráficos Lin	Gráficos Piz	Sumários In	Tabelas Nur	Diagrama Jo	Área	Quantidade	Acessório	Área		
18	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	98,36	920	
19	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	272,95	920	
20	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	920	
21	*4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	85,5	920	
22	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	131,05	920	
23	6	290	0	0	1	1	0	0	0	0	112,55	920	
24	7	0	0	0	0	0	0	300	6	1, 2, 5	412	920	
25	8	0	0	0	0	0	0	205,8	3	0	227,15	920	
26	Totais	290	0	0	1	1	0	505,8	9	0	1339,56	7360	7360
27		4%	0%	0%	50%	50%	0%	7%		0	18%	100%	
28													

Figura 2 – Visualização da tabela que abrangeu o detalhamento das áreas editorial e anúncios. Fonte: elaborada pelo autor, com base na pesquisa realizada.

³ Essas áreas eram medidas manualmente, calculando a área quadrada de cada superfície.

⁴ Optou-se por chamar 'matéria', pois era como a editoria se referia aos textos por ela produzidos durante o período observado, assim como Gadini (2009) também utiliza essa nomenclatura.

⁵ Considerou-se importante a adoção desta categoria para especificar melhor o conteúdo da coluna social, basicamente tomada por textos muito pequenos.

⁶ No estudo preliminar, observou-se que este era um recurso muito utilizado pelo caderno.

A avaliação das *fotografias* em particular compreendeu o terceiro passo da análise quantitativa. Nela, objetivou-se agrupá-las conforme a autoria/procedência, nas seguintes categorias: *Divulgação/Particular*; *Divulgação*; *Fulano/ZH*; *Fulano/Especial*; *Fulano/Empresa*; *Fulano/Agência*; *Reprodução*; *Arquivo*; *S/ Crédito*; e *Outro*⁷. Além disso, percebeu-se que as fotografias produzidas pela *Zero Hora* concentravam-se em páginas específicas, e por esse motivo foi analisado particularmente o perfil das fotografias por página, em especial na coluna social, em que constava a grande maioria delas, e na capa. Essa decisão justifica-se por entender que a capa é um lugar de consagração e visibilidade em relação aos demais conteúdos do caderno, da mesma forma que o propósito editorial da coluna social é diferente do restante do conteúdo do suplemento, o que acarreta mudanças na forma/design da página e na produção do material fotográfico.

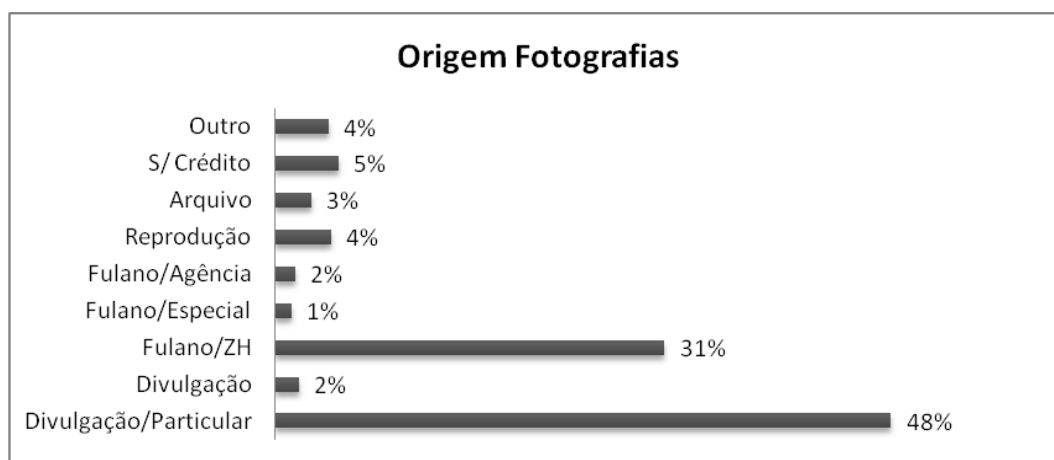


Figura 3 – Exemplo de gráfico gerado. Fonte: elaborado pelo autor.

Para investigação aprofundada das fotografias, foram selecionadas apenas as fotografias produzidas pela *Zero Hora*. Tal critério sustenta-se na noção de autoria da mesma, visto que se acredita que a foto é uma forma de expressão do conteúdo em que o caderno oferece a sua 'visão' daquilo que está sendo noticiado. Para essa etapa, foi adotada a tipologia de Sousa (2002) quanto ao *enquadramento*: *Planos gerais*; *Planos de conjunto*; *Plano médio*; e *Grande plano ou primeiro plano*. Além desses planos, também se utilizou categorização dos ângulos de tomada de imagem do mesmo autor. Nessa análise, optou-se pela avaliação do *ângulo da tomada vertical*, dividida em: *Plano normal/nível dos olhos*; *De cima/plongé*; e *De baixo/contraplongé*. Do mesmo modo, identificada a presença ou não de movimento na fotografia. Também foram computadas as *funções* dessa de acordo com a classificação proposta por Larequi (1994) citadas anteriormente, são elas: *Informativa*; *Documental*; *Simbólica*; *Ilustrativa*; *Estética*; e *Entretenimento*. Outra característica contabilizada foi quanto ao *formato*: *Vertical*; *Horizontal*; *Quadrada*; e *Recorte especial*; visto que o formato também provoca percepções diferentes e influencia na composição, seguindo o proposto por Garcia (1987), já apresentado previamente.

⁷ Essas categorias se basearam nos créditos das fotos que apareciam no caderno.

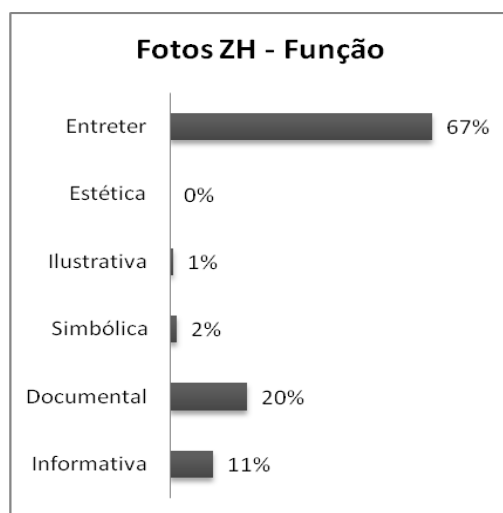


Figura 4 – Exemplo de gráfico gerado. Fonte: elaborado pelo autor.

Ao final de todas as etapas, foram reunidos o total de cada mês, extraídas as porcentagens e desenvolvidos os gráficos para melhor visualização dos dados obtidos. Igualmente, nesse nível de análise já foi possível cruzar alguns desses dados iniciais.

2.2 Análise Qualitativa

Conforme já pontuado, esta foi a fase da pesquisa que se dedicou ao estudo aprofundado tanto das tendências levantadas pela abordagem quantitativa, quanto dos fatores de análise dos quais esse modelo não daria conta, como a investigação das relações dos elementos que compunham as páginas. Paralelamente, durante a avaliação percebeu-se a necessidade de continuar contabilizando algumas situações recorrentes, em virtude do volume de suas aparições, para que fosse possível mensurar e ratificar a percepção de algumas relações.

Em vista disso, foi desenvolvido um formulário contendo algumas características que orientaram a observação das páginas (Tab. 1).

ASPECTOS GERAL PÁGINA	CATEGORIAS
Relações Elementos Gráficos	
Elemento Dominante (CVI)	Foto Título Anúncio Área de cor Infográfico Ilustração Outro
Estrutura composição	Menor p/ maior Maior p/ menor Horizontal (Horz.) p/ vertical (Vert.). Vert. p/Horz Outro
Formato dos blocos de anúncios	Blocos Horz. Blocos Vert. “L Invertido” Outro
Presença de elementos	Texto Principal? sim; não Texto Secundário? não; um; mais; Imagem? não; uma; mais; Anúncios? não; um; mais

<i>Grid</i>	1; 2; 3; 4; 5; mais
Outros	Algum nível de confusão no <i>layout</i> da página? Observações
TEXTO PRINCIPAL E SECUNDÁRIO	CATEGORIAS
Colunagem do texto	1; 2; 3; 4; 5; mais
Distribuição Texto (minimizar aparência massa texto)	Horizontal - Várias colunas (col.). Menos col. + largas Quebras texto (capitulares, entretítulos, olho, <i>boxes</i>) Outro
Movimento, hierarquia entre fotografia, título e corpo de texto	Foto Topo>título abaixo>texto abaixo Foto esq.>título dir.>texto abaixo Foto dir.>título esq.>texto abaixo Título>Foto abaixo>texto abaixo Outro
RELAÇÕES COM ELEMENTOS JORNALÍSTICOS	CATEGORIAS
Proximidade Geográfica	Cidade Local Regional Nacional Internacional
Valor-Notícia	Atualidade Proximidade Relevância do sujeito Morte Novidade Notabilidade Inesperado Conflito/controvérsia Escândalo
Gancho	Agenda Factual ⁸ Memória
Segmento	Música TV Cinema Teatro Fotografia Literatura Artes Ilustração Quadrinhos Moda Dança Outros
Gênero	Matérias Notas Breves Colunas Entrevistas Artigos/Opinião Box (serviços, notas complementares)

Tabela 1 - Formulário de avaliação qualitativa

⁸ Foram classificadas como *Factual* toda unidade textual que não se enquadrava na categoria *Agenda* ou *Memória*.

Além disso, para auxiliar na identificação das relações, foram desenvolvidas tabelas visuais das edições.



Ilustração 1 – Exemplo de tabela visual da edição de 28/10/2011

Enfim, as análises quantitativa e qualitativa finalizaram o processo de recolha de dados, etapa que possibilitou, à luz do referencial teórico, olhar para o caderno de um modo sistemático e objetivo, procurando contemplar o estudo das relações entre os elementos que constituíram o projeto gráfico da amostra. Embora as diferentes instâncias de investigação – observação, entrevistas, análise quantitativa e qualitativa – tenham gerado um grande volume de dados, procurou-se elencar alguns métodos e ferramentas utilizados considerados relevantes para análise.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência da pesquisa mostrou a necessidade da construção de uma metodologia que abarcasse o objetivo proposto, o que em parte reflete a dificuldade que se impõe ao estudo de um objeto gráfico na comunicação. Muito disso pode ser atribuído à complexidade e, em certa medida, à subjetividade que um conjunto visual oferece em termos de análise. Diferente de outras perspectivas metodológicas, o campo do design não fornece caminhos nitidamente traçados, métodos de investigação pré-estabelecidos. Por esta razão, os procedimentos de avaliação foram construídos visando à adoção do melhor caminho possível dentro das condições. Por mais sistemática que seja uma pesquisa, ela mostra, em muitos momentos, o quanto é orgânica, trazendo surpresas durante o percurso, como categorias que não se aplicam, planos ameaçados por circunstâncias de diversas ordens, o tempo, que muitas vezes parece ser contrário às necessidades e desejos do pesquisador.

Acrescente-se, que o percurso metodológico estabelecido foi fundamental para que, ao final, fosse possível traçar relações entre as diferentes instâncias da pesquisa, uma vez que lidou-se com dados de diferentes naturezas, característica que demandou estratégias distintas de abordagem do objeto. Haja vista a formação da pesquisadora na área do design e da publicidade, mais do que um olhar particular, os procedimentos metodológicos forneceram diferentes perspectivas que guiaram o acompanhamento dos processos editoriais e das rotinas do *Segundo Caderno* e, conseqüentemente, auxiliaram na percepção das especificidades do *design* gráfico desenvolvido junto ao segmento cultural.

Saliente-se ainda que uma das grandes motivações que impulsionaram a investigação foi trazer o olhar da comunicação para o design. No campo dos estudos em comunicação é comum encontrarmos pesquisas que utilizem métodos como: entrevistas, observação, questionários, etc. Isto é, existe uma preocupação em conhecer os contextos por vezes de produção e outras vezes de recepção. Fato que ainda não se mostra ainda tão recorrente no design. Dessa forma, o movimento de dirigir-nos aos profissionais e ao ambiente de trabalho, deu-se no sentido de tentar trazer para a pesquisa as condições de produção noticiosa que envolviam o objeto de estudo. Mais do que confrontar teoria e prática, esta ação derivou da constatação que no jornalismo a cultura de trabalho é algo muito forte e que suas condicionantes influenciam em muitos aspectos o resultado final. Sendo assim, acredita-se que um trabalho que se propõe a estudar o design, deve cumprir a tarefa de contextualizar sua atuação, pois muitas vezes um olhar analítico sobre um produto acabado pode esconder uma série de processos que o configuraram.

Portanto, um dos resultados apontados pela pesquisa ressaltou não só o quanto é relevante à atividade de design aplicada aos jornais, mas também que a práxis do design realmente reflete uma cultura de trabalho específica e valores próprios do campo onde atua.

REFERÊNCIAS

ARNHEIM, R. **Arte e percepção visual**. São Paulo: Pioneira, 2005.

BARNHURST, Kevin G. **Seeing the newspaper**. New York: St. Martin's Press, 1994.

DAMASCENO, Patricia L. **O design editorial da cultura: um estudo do projeto gráfico do Segundo Caderno do jornal Zero Hora**. Dissertação de mestrado apresentada junto ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FROST, Chris. **Designing for newspapers and magazines**. New York: Routledge, 2003.

GADINI, S. **Interesses Cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.

GARCIA, M. **Contemporary newspaper design**. Englewood Fields: Prentice-Hall, 1987. 2^o edition.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2007.

GOMES FILHO, J. **Gestalt do Objeto**: sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

GRUSZYNSKI, A. C. **A imagem da palavra**: retórica tipográfica na pós-modernidade. Teresópolis, RJ: Novas Idéias, 2007.

LAREQUI, J. C. **El diseño periodístico en prensa diária**. Madrid: Casa Editorial, 1994.

LOCKWOOD, R. **News by design**. A survival guide for newspapers. Colorado: Quark Press, 1992.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer C. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

PIZA, D. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2009.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

SOUSA, Jorge P. **Elementos do Jornalismo Impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

_____. **Fotojornalismo**: uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Porto, 2002. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/504735/fotojornalismo-uma-introducao-a-historia-as-tecnicas-e-a-linguagem-da-fotografia-na-imprensa>

ZAPPATERRA, Yolanda. **Art direction + editorial design**. USA: Abrahams Studio, 2007.