

ESTUDOS SOBRE RECURSOS SINTÁTICOS E SEMÂNTICOS DO DESIGN GRÁFICO EDITORIAL

Aluna: Welida José Barbosa

Orientadora: Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima

I – Introdução

O design pode ser entendido como uma atividade criativa cujo objetivo é estabelecer qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e sistemas, conforme seus respectivos ciclos de vida.

No design encontra-se uma relação semiótica entre a construção da linguagem dos produtos projetados e os processos de significação. Como um acontecimento de linguagem, os mais diversos discursos resultantes dos processos de design modelam e orientam, retificam e reorientam a paisagem cultural da vida cotidiana.

No caso do design gráfico, considerado como “uma atividade de ordenação projetual de elementos estéticos-visuais textuais e não textuais com fins expressivos para reprodução por meio gráfico, assim como o estudo desta atividade e a análise de sua produção. Incluindo a ilustração, a criação e a ordenação tipográfica, porém nenhuma delas isoladamente” (Villas-Boas, 2003:12-13), as modalidades produtivas são consolidadas, sobretudo, pela manipulação de imagens. Ao visar a adesão de um público/usuário/auditório, constrói a partir de um sistema dialógico-argumentativo uma retórica do design gráfico.

Para todo projeto gráfico, é necessária e imprescindível uma ordenação projetual. É estabelecida e aplicada uma metodologia. Determinam-se conceitos, público/usuário, estruturas, composições visuais e objetivos comunicacionais, aspectos formais do produto (semânticos, sintáticos e pragmáticos), ou seja, delinea-se uma lógica que constrói o discurso retórico.

Na composição gráfica de uma capa ou páginas de revista, por exemplo, a análise da estrutura possibilita uma outra dimensão interpretativa além das palavras. As imagens podem amplificar ou restringir um discurso. Até as palavras dispostas graficamente podem ganhar um peso semântico diferenciado em seu argumento.

O design gráfico editorial “é o segmento que trabalha com um tipo de empreendimento específico na produção de livro, jornal, revista. Trata do projeto gráfico do material que será veiculado por essas mídias e é responsável pela visualidade do projeto editorial” (Niemyer, 2002:27).

Toda revista, noticiosa ou não, segue uma linha editorial. Segundo Rabaça e Barbosa (2001:432-433), linha editorial é a “direção seguida por uma empresa de comunicação na programação de seus produtos (livros, revistas, jornais, programas de tv e rádio, vídeos, discos, sites, etc.), na elaboração de matérias e no próprio tratamento de seus conteúdos. Implica diretamente a decisão sobre os produtos a serem publicados e baseia-se numa política editorial. Esses autores consideram-na (linha editorial) também como o “estilo e postura de um determinado veículo ou de um produto editorial (...) característica de apresentação de jornal, revista, newsletter, programa televisivo, CD-ROM, site da Internet, etc” (ibid).

O estudo da linguagem do design gráfico ensaja amplificar a verificação do intuito comunicacional das políticas editoriais das revistas, considerando a estrutura visual e, conseqüentemente, o seu apelo persuasivo. Nesta análise, procura-se explorar novos atributos comunicacionais, levantando-se questões como “Pode um texto publicado numa revista noticiosa ser analisado independentemente da imagem, ou pelo menos sua composição gráfica

(diagramação)? Numa matéria jornalística, quem tem mais peso semântico, o texto ou a imagem?”

Este relatório refere-se à primeira parte do trabalho de iniciação científica que faz parte que faz parte de uma pesquisa maior de doutorado que trata dos efeitos retóricos da mensagem do Design Gráfico nas capas das principais revistas noticiosas brasileiras – Veja (editora Abril), Época (editora Globo) e IstoÉ (editora Três), desenvolvida pelo aluno Licínio de Almeida Júnior do Programa de Pós Graduação em Design.

II - Objetivos

O objetivo da pesquisa, cuja etapa inicial está aqui relatada, é estudar a estrutura da composição gráfica de capas de revistas noticiosas, verificando como o design gráfico emprega as figuras de retórica na construção das capas para falar de uma ideologia, de acordo com o interesse da instituição jornalística.

III - Metodologia

A metodologia proposta é a análise comparativa das imagens e assuntos abordados em cada edição das revistas Veja, Época e IstoÉ, veiculadas no ano de 2006.

O estudo desta primeira parte foi realizado em três momentos em que se estabeleceu a amostra a ser investigada, fez-se uma pesquisa do panorama histórico e uma análise comparativa das imagens e assuntos abordados em cada edição.

- **Amostra:** Estabelecimento da amostra. Digitalização das capas. Levantamento e contagem das edições, total de capas e temas de capa separados por revista (Veja, Época, Isto é). Agrupamento por assunto.
- **Pesquisa:** Notícias veiculadas pela mídia no ano de 2006. Estabelecimento de uma linha do tempo com os principais acontecimentos do ano. Correlação entre as capas das revistas e os principais acontecimentos de cada mês.
- **Identificação do foco de estudo:** Comparação entre as capas, checando coincidências de assuntos e ocorrência dos mesmos na mesma semana e sendo veiculado pelas três revistas. Busca pela imagem veiculada em maior frequência durante o ano e de maior relevância no cenário nacional. Escolha da imagem e levantamento de cada uma de suas ocorrências, estabelecendo a conexão entre a capa, o acontecimento da semana/mês e assunto abordado pela revista.

Foram estabelecidas como amostra as três principais revistas noticiosas brasileiras veiculadas no ano de 2006 (Veja, Época e IstoÉ). A escolha deste ano em particular deve-se ao fato deste apresentar singularidades de acontecimentos, bem como a grande importância que os mesmos representaram no cenário do país. O ano de 2006 foi povoado por eventos como a Copa mundial de futebol e as eleições presidenciais, tornando-se bastante proveitoso para este estudo.

O estudo teve início com a coleta e digitalização das duzentas e seis cópias de capas da revistas, assim distribuídas:





















































Época - 65 capas;

IstoÉ - 67 capas;

Veja - 70 capas.

Verificadas no tabela 01.

Panorama com todas as capas das revistas publicadas no ano 2006

Janeiro	Veja							
	Época							
	IstoÉ							
Fevereiro	Veja							
	Época							
	IstoÉ							
Março	Veja							
	Época							
	IstoÉ							
Abril	Veja							
	Época							
	IstoÉ							

Maio	Veja					
	Época					
	IstoÉ					
Junho	Veja					
	Época					
	IstoÉ					
Julho	Veja					
	Época					
	IstoÉ					
Agosto	Veja					
	Época					
	IstoÉ					

Tabela 01: Panorama com todas as capas das revistas publicadas no ano 2006

Setembro	Veja				
	Época				
	IstoÉ				
Outubro	Veja				
	Época				
	IstoÉ				
Novembro	Veja				
	Época				
	IstoÉ				
Dezembro	Veja				
	Época				
	IstoÉ				

Tabela 01

Em seguida as capas foram separada por assunto e agrupadas em 20 categorias e a respectiva quantidade de capas que centraram enfoque em cada categoria (tabelas 02 e 03).

Na pesquisa dos acontecimentos veiculados pela mídia em 2006, foram destacados como principais assuntos: Corrupção no governo Lula, Semana de Violência em São Paulo, Disputa por gás natural entre Brasil e Bolívia, Copa Mundial de futebol, Crise na empresa aérea Varig e Eleições presidenciais (tabela 04).

Temas das capas e quantidade de revistas			
Corrupção (18)	Política brasileira (12)	Saúde (26)	Tecnologia (4)
Eleições (21)	Política Internacional (2)	Ecologia (3)	Internet (3)
Futebol e Copa do mundo (4)	Economia brasileira (14)	Educação (2)	Comportamento e auto-ajuda (21)
Violência (11)	Economia internacional (3)	Cultura Geral (2)	Religião (10)
Guerra e terrorismo (2)	História do Brasil (3)	Ciência (6)	Outros (4).

Tabela 02:



Tabela 03: Algumas das capas com os principais acontecimentos de 2006: Corrupção no governo Lula, Semana de violência em São Paulo, Disputa por gás natural entre Brasil e Bolívia, Copa mundial de futebol, Crise na Varig, Eleições presidenciais.

Principais acontecimentos do ano de 2006, segundo consulta ao site Terra

Dezembro 2005	Janeiro 2006	Fevereiro 2006	Março 2006	Abril 2006	Mai 2006	Junho 2006
Corinthians conquista o tetra	Queda de avião em SP	Duda Mendonça é acusado de lavagem de dinheiro	MV Bill mostra realidade dos meninos do tráfico	Palocci depõe e é indiciado por violação de sigilo	Bolívia ameaça Petrobrás	Noticias de futebol: copa do mundo
Testemunhas depõem em julgamento de Saddam	Evo Morales é eleito presidente da Bolívia				Garotinho encerra greve de fome	Decreto adota padrão japonês para TV digital
São Paulo é tricampeão mundial	Palocci na CPI dos bingos				Boatos de ataque param SP	
	Bolívia anuncia estatização da Petrobrás				Robô faz primeira cirurgia cardíaca à distância	

Julho 2006	Agosto 2006	Setembro 2006	Outubro 2006	Novembro 2006	Dezembr o 2006	Janeiro 2007
França vence o Brasil que perde o hexa	Sanguessugas: quebra de sigilo proposta a 101	Família Vendoim entrega documentos envolvendo tucanos na máfia das ambulâncias	FAB diz não ter sobreviventes no acidente da Gol	Youtube é eleito a invenção do ano pela Revista Time	Chavez é reeleito	Argentina leva o Brasil ao tribunal da OMC
Google vira verbo e vai para o dicionário	Déficit de Alckimin é de R\$ 560 mil	Luiza Vendoim volta para a cadeia	Ex-senador Luiz Estevão é preso	Deputado é acusado de rombo de R\$ 1 bilhão	Mantega anuncia novo presidente do Banco do Brasil	Ganhador da Megasena é morto
Itália vence França e é tetracampeã	Lula gasta mais com publicidade	Negociador de dossiê Serra é do PT	Google compra Youtube	Bolívia amplia prazo para Petrobrás em 45 dias		Youtube é bloqueado por exibir vídeos de Cicarelli
Preso líder do PCC	SP: 3º onda de ataques:78	Tio de Vendoim é preso	Brasil e Bolívia chegam a acordo			Chavez toma posse de seu 3º mandato
SP registra 48 ataques	SP: presos 28 suspeitos do PCC	Acessor de Lula pede afastamento	Lula vence ALckimin e é eleito presidente			Bush envia mais roupas ao Iraque e admite erros
Hezbollah anuncia guerra contra Israel	ANAC retoma vôos da Varig	TSE investiga Lula				Acidente no metrô abre cratera em SP
Varig anuncia demissão em massa	Google x min publico em batalha judicial	Vendoim acusa parlamentares				

Tabela 04

IV – Conclusão

Digitalizadas as capas e realizado o levantamento das edições, o agrupamento por assunto (tabela 2) possibilitou relacionar as notícias veiculadas pela mídia no ano de 2006. A correlação de uma linha do tempo com os principais acontecimentos do ano, disponibilizada pelo site Terra e as capas das revistas veiculadas a cada mês (tabela4).

Comparando e checando coincidências de assuntos e sua ocorrência na mesma semana nas três revistas, foi encontrada a imagem veiculada em maior frequência durante o ano e de maior relevância no cenário nacional.

As eleições presidenciais tiveram o maior destaque, não só pela relevância no contexto nacional, como pela grande veiculação deste fato na mídia e conseqüentemente nas três revistas.

Dentre todos os assuntos veiculados, ocuparam maior parte das matérias de capa aqueles que se relacionavam com a figura do presidente Lula. Sua imagem aparece em 24 capas, e é assunto em diversas outras edições, mesmo que sua imagem não apareça nas capas.

Com base nos critérios de imagem veiculada com maior frequência durante o ano e de maior relevância no cenário nacional, foram definidas para o estudo as capas que apresentavam o assunto eleição presidencial e a figura do Lula (Luís Inácio Lula da Silva).

A maior ocorrência da imagem “Lula” nas capas durante o ano deu-se nos meses de setembro, outubro e novembro. Este fato é devido às eleições presidenciais que ocorreram em outubro e as conseqüentes campanhas eleitorais (tabela 05)

Janeiro				
Fevereiro				
Março				
Abril				
Maio				
Junho				
Julho				
Agosto				
Setembro				
Outubro				
Novembro				
Dezembro				

Panorama das capas com a imagem do presidente Lula

A próxima etapa da pesquisa prevê estudos da composição gráfica dessas capas. Serão aplicadas técnicas de leitura e interpretação (recursos semânticos e de sintaxe) das imagens. Serão evidenciadas as figuras de retórica. O material sob apreciação será submetido a técnicas de análise do discurso com o intuito de traduzir uma ideologia, de acordo com o interesse da instituição jornalística.

V – Bibliografia

HOLLIS, Richard. Design gráfico: uma história concisa. Tradução de Carlos Daudt. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

JOLY, Martine. Introdução à análise da imagem. 6 ed. Campinas, SP: Papirus, 2003.

KONDER, Leandro. A questão da ideologia. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

LEACH, Joan. Análise Retórica. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (editores). Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático. 3 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

LESSA, Washington Dias; MACHADO, Arlindo Ribeiro (orientador). A Linguagem do Design Gráfico. São Paulo, 1998. Tese de Doutorado - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

NIEMEYER, Lucy Carlinda da Rocha; OLIVEIRA, Ana Claudia Mei Alves (orientadora). O Design Gráfico da Revista Senhor: uma utopia em circulação. São Paulo, 2002. Tese de Doutorado - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. NIEMEYER, Lucy. Elementos de semiótica aplicados ao design. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

NOJIMA, Vera Lúcia. Os estudos das linguagens como apoio aos processos metodológicos do Design. In. COELHO, Luiz Antonio L. (organizador). Design Método. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006. pp.123-134.

OLIVEIRA, Marina. Produção gráfica para designers. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. REBOUL, Olivier. Introdução à retórica. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

VILLAS-BOAS, André. O que é [e o que nunca foi] design gráfico. 5ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

COELHO, L.A.. (org). Design Método. Rio: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.

www.noticias.terra.com.br acesso em 18/04/2008.