

ESTUDOS SOBRE RECURSOS SINTÁTICOS E SEMÂNTICOS DO DESIGN GRÁFICO EDITORIAL

Aluna: Welida José Barbosa

Orientadora: Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima

I - Introdução

Para todo projeto gráfico, é imprescindível uma ordenação projetual e a aplicação de uma metodologia. Determinam-se conceitos, público/usuário, estruturas, composições visuais e objetivos comunicacionais. O design gráfico se caracteriza pela manipulação de imagens. Ao visar à adesão de um público/usuário/auditório, é possível buscar, a partir de um sistema dialógico-argumentativo, uma retórica do design gráfico.

A análise da composição gráfica de uma capa ou páginas de revista possibilita encontrar outra dimensão interpretativa além das palavras. As imagens podem amplificar ou restringir um discurso. Até a disposição gráfica das palavras pode ganhar um peso semântico diferenciado.

Este relatório refere-se à primeira parte do trabalho de iniciação científica 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.

IV - Conclusão

Foram digitalizadas 206 capas das edições veiculadas no ano 2006 das três revistas: Época: 65 capas; IstoÉ: 67 capas; Veja: 70 capas.

Após a separação por assunto, as capas foram agrupadas em 20 categorias: Corrupção (18) / Eleições (21) / Futebol e Copa do mundo (4) / Política brasileira (12) / Política Internacional (2) / Violência (11) / Economia brasileira (14) / Economia internacional (3) / Saúde (26) / Tecnologia (4) / Internet (3) / Ciência (6) / Religião (10) / Comportamento e auto-ajuda (21) / Educação (2) / Cultura Geral (2) / História do Brasil (3) / Guerra e terrorismo (2) / Ecologia (3) / Outros (4).

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.

Foi definido como principal acontecimento do ano, as eleições presidenciais, não só pela relevância no contexto nacional, como pela grande veiculação deste fato na mídia e consequentemente 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 22 capas, e é assunto em diversas outras, mesmo que sua imagem não apareça propriamente.

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.

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.



Revista Veja
Edição 1958
25/10/2006

Revistas
publicadas
em
Novembro
de 2006



V - Bibliografia

- HOLLIS, Richard. Design gráfico: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
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. 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.
NOJIMA, Vera L.. Os estudos das linguagens como apoio aos processos metodológicos do Design. In. COELHO, L.A.. (org). Design Método. Rio: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.