UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO

YARA MEDEIROS DOS SANTOS

JORNALISMO VISUAL NAS NARRATIVAS DA GRANDE REPORTAGEM BRASILEIRA

Recife
2020

YARA MEDEIROS DOS SANTOS

JORNALISMO VISUAL NAS NARRATIVAS DA GRANDE REPORTAGEM BRASILEIRA

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para obtenção do título de doutora em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação

Orientação: Prof. Dr. José Afonso Silva Junior

Recife
2020

Catalogação na fonte
Bibliotecária Andréa Carla Melo Marinho, CRB-4/1667

S237j Santos, Yara Medeiros dos
Jornalismo visual nas narrativas da grande reportagem brasileira / Yara Medeiros dos Santos. – Recife, 2020.
323f.: il.

Orientador: José Afonso Silva Junior.
Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2020.

Inclui referências, anexo e apêndice.

1. Cultura visual. 2. Produção jornalística. 3. Design. 4. fotojornalismo. 5. Edição multimídia. I. Silva Junior, José Afonso (Orientador). II. Título.

302.23 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2020-57)

YARA MEDEIROS DOS SANTOS

JORNALISMO VISUAL NAS NARRATIVAS DA GRANDE REPORTAGEM BRASILEIRA

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para obtenção do título de doutora em Comunicação.

Aprovada em: 28/02/2020

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. José Afonso Silva Junior (orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Profa. Dra. Giovana Borges Mesquita (examinadora interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Rodrigo do Espírito Santo da Cunha (examinador interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Marcelo Eduardo Leite (examinador externo)
Universidade Federal do Cariri

Prof. Dr. João Guilherme de Melo Peixoto (examinador externo)
Universidade Católica de Pernambuco

Para minha avó Ercília.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Maria Medeiros e Aparecido Nicolau, pelo incentivo aos estudos e por todos os afetos que me proporcionaram confiança para seguir e acreditar.

Aos meus estimados familiares Rosangela Sandim, José Nicolau e Maria de Fátima dos Santos, sempre incentivadores, conselheiros e amigos durante toda minha trajetória estudantil.

A todos os meus professores da escola pública, com a certeza de que as palavras deste documento só puderam ser escritas pela resiliência dos mestres deste país com os quais pude conviver e aprender.

À Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, pela formação acadêmica na graduação e no mestrado, e ainda pelos longos anos de trabalho em parceria com seus técnicos e pesquisadores. Saúdo e agradeço a Paulo Robson de Souza, Sônia Hess, Ângela Maria Zanon, Suzete Wiziack, Icleia Vargas, Álvaro Banducci, Richard Perassi, Márcia Meggiolaro e Rubens Aquino. Todos fundamentais na minha formação acadêmica e profissional.

Aos meus professores do curso de Jornalismo da UFMS, em especial Oswaldo Coimbra, Marcelo Câncio, Eron Brum, Jorge Ijuim, Márcio Licerre e Hélio Godoy, por todos os incentivos e conhecimentos.

Aos meus queridos colegas da Editora UFMS Marcelo Brow, Lennon Godoi e Horácio Porto Filho, pelos ensinamentos editoriais.

À Marília Leite, editora, jornalista visual, mestra, amiga e musa. Foram longos anos de aprendizado, confiança e troca, sem os quais esta tese não existiria.

Aos meus colegas da ong Ecoa, pelas oportunidades, parcerias e amizade.

Aos meus colegas do PPGCOM-UFPE, com saudade das conversas e trocas acadêmicas: Mariana, Amanda, Bruno, Maiara, Pedro, Nataly, Elane, Caio, Antônio, Rodrigo, Raquel, Carol, Priscila, Ricardo, Filipe e André.

A todos os professores do PPGCOM-UFPE, grata pelo conhecimento e oportunidade de convivência.

Aos membros da banca de qualificação Giovana Mesquita, Rodrigo Cunha e Paulo Cunha pelas valorosas orientações.

Aos técnicos da secretaria do PPGCOM Roberta, Claudia e Zé.

Às pesquisadoras-musas da fotografia Ludmilla Carvalho Wanderlei, Olga Wanderley e Marina Feldhues, amigas-irmãs que Pernambuco me presenteou.

Aos amigos de Recife que fizeram estes anos de estudo e pesquisa mais felizes. Por todas as confraternizações e alegrias: Guga, Tawana, Eric, Edvaldo, Joana, Jéssica, Tom, Rebeca, Wagner, Minho, Luciana, Paulinho e Tawana Melo.

Às queridas Maria e Rosa por cuidarem da minha casa e dos meus cães, Pagu (*in memorian*) e Fidel, com zelo e carinho.

À Sandra Maria, parceira em todas as horas.

À minha mestre do Yoga, Valéria Ananda Shivananda, pessoa fundamental na minha busca por equilíbrio.

À minha família do Rio de Janeiro: tias Lindalva, Zilda (*in memorian*), e as primas Zélia, Bárbara, Maria José (*in memorian*), tia Marília e tio Sérgio, que gentilmente me acolheram desde a época da formulação do projeto de pesquisa.

Aos amigos de São Paulo: Carol, Natacha, Giovani e Mayara, pelos dias de hospedagem e amizade nessa cidade caótica e bela.

Aos amigos de Belo Horizonte, Dona Cecê e Rafael Andrade, grata por me acolher.

Ao amigo Eduardo Freire, mago dos contatos e parceiro de pesquisa.

À minha querida amiga Lanna Luiza, pelo afeto e incentivo.

A todos os entrevistados da tese.

Aos colegas do curso de Jornalismo da UFMA-Imperatriz.

À Capes, pela bolsa de pesquisa pró-doutoral.

À bibliotecária Eliane Kano, por todo empenho em separar os cadernos pesadíssimos do *Jornal da Tarde.*

Ao meu orientador, José Afonso Silva Junior, por ter acreditado no potencial da tese e me ajudado a concluir este trabalho, mesmo enfrentando um período pessoal doloroso durante esses anos da pesquisa.

Aos irmãos do Dourado Cópias que imprimiram a tese com carinho.

Ao meu querido amigo Allison Ishy, ex-sócio e irmão da vida.

Ao meu amigo e revisor de textos Daniel Amorin, sempre com suas sugestões certeiras e paciência inimaginável.

Enfim, ao meu grande amor, Alexandre Maciel, primeiro leitor e cúmplice em todos os momentos.

GARÇA

A palavra garça em meu perceber é bela
Não seja só pela elegância da ave.
Há também a beleza letral.
O corpo sônico da palavra
E o corpo níveo da ave
Se comungam.
Não sei se passo por tantã dizendo isso.
Olhando a garça-ave e a palavra garça
Sofro uma espécie de encantamento poético.

(MANOEL DE BARROS, 2004, p. 49)

RESUMO

Esta tese de percurso discute a construção do jornalismo visual nas narrativas de grandes reportagens produzidas no Brasil, indicando características da cultura visual jornalística na trajetória de sua produção. A base teórica busca estabelecer como os recursos visuais funcionam em conjunto na grande reportagem enquanto elementos narrativos, articulando palavras, imagens e design. A pesquisa revisita a história de produções jornalísticas expressivas, apresentando uma historiografia ilustrada da grande reportagem com exemplos brasileiros e estrangeiros, entre eles, das revistas *O Cruzeiro*, *Diretrizes* e *Realidade*, do *Jornal do Brasil* e do *Jornal da Tarde.* A tese discute a valorização da área no Brasil, apresentando transformações gráficas que atingem a imprensa durante a transição para os meios de produção digitais. Foi elaborada uma matriz metodológica para investigar o percurso do jornalismo visual da grande reportagem e sua produção contemporânea. A análise estabeleceu planos, divididos em elementos estruturais, funcionais e expressivos, baseados no modelo de análise pragmática da narrativa. A partir deles, identificaram-se como parâmetros principais: a narrativa visual, a edição, o design e a visibilidade. Também foram entrevistados quinze profissionais integrantes de equipes de produção visual. A metodologia de Lluís Codina (2004) foi adaptada para organizar sistematicamente o olhar sobre as reportagens, criando indicadores e fases de observação. A tese apresenta a análise densa de quatro grandes reportagens contemporâneas dos jornais *O Povo* (CE), *Jornal do Commercio* (PE), *Estado de Minas* (MG) e *O Estado de S. Paulo* (SP), além de citar outros exemplos. A pesquisa revelou um período de ruptura do jornalismo visual com mudanças de funções e valorização de novas experiências visuais para leitores de telas e a necessidade da formação de jornalistas visuais.

Palavras-chave: Cultura visual. Produção jornalística. Design. Fotojornalismo, Edição multimídia.

ABSTRACT

This thesis discusses the construction of visual journalism in the narratives of great reports produced in Brazil, showing characteristics of the journalistic visual culture in the trajectory of its production. The theoretical basis seeks to establish how the visual resources work together in the great report as narrative elements, articulating words, images and design. The research revisits the history of expressive journalistic productions, presenting an illustrated historiography of the great report with Brazilian and foreign examples, among them, the magazines *O Cruzeiro*, *Diretrizes* e *Realidade*; and *Jornal do Brasil* and *Jornal da Tarde*. The thesis also discusses the valorization of this area in Brazil, presenting graphic transformations that reached the press during the transition to digital means of production. A methodological matrix was elaborated to put on the path of the visual journalism of the great report and its contemporary production. The analysis established plans, divided into structural, functional and expressive elements, based on the pragmatic analysis model of the narrative. From them, the main parameters were identified: visual narrative, editing, design and visibility. Fifteen professionals from visual production teams were also interviewed. The methodology created by Lluís Codina (2004) was adapted to systematically organize the look on the reports, creating indicators and observation phases. The thesis presents a dense analysis of four great contemporary reports from the newspapers *O Povo* (CE), *Jornal do Commercio* (PE), *Estado de Minas* (MG) and *O Estado de S. Paulo* (SP), in addition to citing other examples. The research revealed a period of rupture in visual journalism with changes in functions and the enhancement of new visual experiences for screen readers and the need to train visual journalists.

Keywords: Visual Culture. Journalistic production. Design. Photojournalism. Multimedia editing.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Leiautes de *O Cruzeiro* (1940, nº 35) 31
Figura 2 – Leiautes de *O Cruzeiro* (1949, nº 34) 32
Figura 3 – Leiautes da revista francesa *Match* (1939, nº 50) 33
Figura 4 – Leiautes da revista *Realidade* (1966, nº 7) 35
Figura 5 – Leiautes de ensaio em *Realidade* (1968, nº 22) 36
Figura 6 – Leiautes da revista *O Cruzeiro* (1961, nº 31) 41
Figura 7 – Leiautes de "Os quinze" (15/08/2015), em *O Povo* 42
Figura 8 – Leiautes de capa de cadernos especiais 43
Figura 9 – Grande reportagem em quadrinhos "Meninas em jogo" (2014) 44
Figura 10 – Leiaute de *O Besouro* (1878, nº 16) 54
Figura 11 – Paginação vertical e paginação horizontal 55
Figura 12 – Leiautes de *O Cruzeiro* (1951, nº 17) 63
Figura 13 – Jornalismo visual no século XIX 70
Figura 14 – Leiautes da imprensa ilustrada do século XIX 72
Figura 15 – Leiautes com ilustrações de Tomas Nast da Guerra de Secessão 75
Figura 16 – Capa da *Semana Illustrada* (nº 1, 1876) 76
Figura 17 – Leiautes da *Revista da Semana* (24/06/1900, nº 6) 79
Figura 18 – Registro da Guerra de Canudos, por Flávio de Barros, 02/10/1897 81
Figura 19 – Revista *D. Quixote* (21/03/1897, nº 82) 82
Figura 20 – Capa do jornal *Gazeta de Notícias* (07/10/1897) 82
Figura 21 – Antônio Conselheiro após a exumação, por Flávio de Barros 83
Figura 22 – Leiautes da revista *Kosmos* (02/1906, nº 2) 86
Figura 23 – Crônica de João do Rio, *Gazeta de Notícias* (07/01/1907) 89
Figura 24 – Chamada para crônica de João do Rio, *Gazeta de Notícias* (16/03/1904) 90
Figura 25 – Chamada na capa para a reportagem "Mistérios do Rio" (05/1924) 91
Figura 26 – Leiautes da série "Mistérios do Rio", *Jornal do Brasil* (05/1924) 92
Figura 27 – *Art Nouveau* no Brasil, *Kosmos* (1904, nº 1) 100
Figura 28 – Fotografias de Alexander Rodchenko 103
Figura 29 – Reportagem fotográfica, *O Malho* (28/05/1927, nº 1.289 e 27/08/1927, nº 1.302) 105

Figura 30 – Montagem de fotos, *O Cruzeiro* (1928, nº 1) 106
Figura 31 – Leiautes da edição especial Graf Zeppelin pelo Brasil, *O Cruzeiro* (1930, nº 81) 107
Figura 32 – Infografias da passagem do Zeppelin pelo Brasil em jornais diários... 110
Figura 33 – Leiautes da reportagem "Com Bird no Pólo Sul", *O Cruzeiro* (1931, nº 99) 111
Figura 34 – "Lampeão o terror dos sertões nordestinos", *O Cruzeiro* (1932, nº 18) 112
Figura 35 – Reportagem "Granfinos em São Paulo", *Diretrizes* (1943, nº 178) 115
Figura 36 – Reportagem "A miséria cria um mundo", *Diretrizes* (1943, nº 203) ... 116
Figura 37 – Capas da revista *Diretrizes* (1941, nº 71 e 1942, nº 93) 117
Figura 38 – Capas da *BIZ* e *MIP* 120
Figura 39 – "*Country doctor"*, *Life* (11/10/1948) 122
Figura 40 – "*The Spanish Village*", *Life* (04/06/1951) 123
Figura 41 – Capas e detalhe com anúncios de grandes reportagens, *O Cruzeiro* (1947, nº 48 e nº 51) 125
Figura 42 – José Medeiros e a fotografia humanista, *O Cruzeiro* (1949, nº 33) 126
Figura 43 – Leiautes de "A fuga da seca e da miséria", fotos de Eugênio Silva, *O Cruzeiro* (1952, nº 26) 128
Figura 44 – Grande reportagem nacional, "Kuarup", *O Cruzeiro* (1957, nº 15) 130
Figura 45 – Leiautes do especial "Brasília ano I", *Manchete* (1960, nº 420) 131
Figura 46 – Leiautes de *Quatro Rodas* e seus mapas desdobráveis (abril de 1961, nº 9) 135
Figura 47 – Leiautes de "Paz para o índio vencido", *Quatro Rodas* (fevereiro de 1965, nº 55) 136
Figura 48 – Leiautes de "Resgate de uma tribo", *Realidade* (1966, nº 9) 143
Figura 49 – Leiautes de "Uma vela contra o mar", *Realidade* (1966, nº 2) 145
Figura 50 – Leiaute de "Pobre menina miss", *Realidade* (1966, nº 5) 148
Figura 51 – Leiautes de "Ela é assim", *Realidade* (1967, nº 10) 150
Figura 52 – Montagem e tabelas de "A juventude brasileira hoje", *Realidade* (1967, nº 18) 151
Figura 53 – Capa da *Realidade* com o diagramador da revista como modelo (1968, nº 31) 153

Figura 54 – Leiautes do *Jornal do Brasil*, da série "100 dias na Amazônia" (7 a 9/01/1964) 157
Figura 55 – Exemplos de capas do *Jornal da Tarde* 161
Figura 56 – Capa de luto pela impugnação das eleições diretas, *Jornal da Tarde* (26/04/1984) 162
Figura 57 – Leiaute da editoria de esportes, *Jornal da Tarde* (05/12/1967) 164
Figura 58 – Leiaute da série "Uma aventura na Transamazônica", *Jornal da Tarde* (28, 29 e 31/08/1970) 165
Figura 59 – Marca da grande reportagem em série "Receita para São Paulo", *Jornal da Tarde* 169
Figura 60 – Leiautes da série "Receita para São Paulo", *Jornal da Tarde* (de 17 a 24/08/1971) 169
Figura 61 – Leiautes do Caderno Especial "Amazônia" com uso da cor, *Jornal da Tarde* (12/03/1985) 173
Figura 62 – Capas com sátira sobre as promessas do governador de São Paulo, *Jornal da Tarde* (05/03/1982 e 10/04/1983) 176
Figura 63 – Leiautes da série "República Socialista Soviética do Brasil", *Jornal da Tarde* (01/08/1983 e 19/08/1983) 177
Figura 64 – Leiautes da série "Rocinha S/A", *Jornal do Brasil* (de 07/02/1988) 183
Figura 65 – Leiautes da série "Um mergulho no outro mundo", *Jornal do Brasil* (29 a 31/07/1990 e 01 a 03/08/1990) 185
Figura 66 – Leiaute de "A revolução de Gorbachev", *Veja* (29/07/1987) 188
Figura 67 – Leiautes de infográficos da revista *Superinteressante,* (11/1997 e 08/1998) 191
Figura 68 – Leiautes do caderno especial "Soldados da borracha", *O Povo* (21/06/1998) 195
Figura 69 – *Correio Brasiliense* antes (1994) e depois da reforma (1996) 198
Figura 70 – Fotoilustração no miolo, *Correio Brasiliense* (27/10/2001) 200
Figura 71 – Leiautes do Caderno Especial "Brinquedos dos anjos", *Correio Brasiliense* (12/10/2007) 202
Figura 72 – Leiautes do caderno especial "Mares do sertão", *O Povo* (30/08/2007) 205
Figura 73 – Leiautes do caderno especial "Planeta seca", *O Povo* (11/11/2012).... 207

Figura 74 – Colagem na capa da revista *Diretrizes* (1938, nº 1) 220
Figura 75 – Páginas do impresso para folhear na *web* "Os sertões", *Jornal do Commercio* (09/08/2009) 225
Figura 76 – Anúncio para a web, *Jornal do Commercio* (09/08/2009) 225
Figura 77 – Leiautes de "Os sertões" na *web*, *Jornal do Commercio* (2009) 226
Figura 78 – Evolução dos formatos noticiosos multimídia 228
Figura 79 – Leiautes para impresso na era digital, "Grandes sertões afetos", *O Povo* (08/05/2017) 230
Figura 80 – Detalhes da reportagem na *web,* "Grandes sertões afetos", *O Povo* 231
Figura 81 – Capa e detalhe do especial "Cerco aos isolados", *O Estado de S. Paulo* (29/04/2017) 235
Figura 82 – Vídeo com indícios de invasões na terra indígena 235
Figura 83 – Galeria de fotos incorporada à narrativa em "Cerco aos isolados", *O Estado de S. Paulo* (29/04/2017) 236
Figura 84 – Vídeo imersivo em 360º, *Estado de Minas* (01/02/2019) 238
Figura 85 – Leiaute de "Expedição Antártida", publicado na versão digital do jornal *O Estado de S. Paulo* (24/03/2019) 244
Figura 86 – Imagens da reportagem em *slideshow*, *O Estado de S. Paulo* (24/03/2019) 245
Figura 87 – Leiautes de "Uma tragédia brasileira – os paus de arara", *O Cruzeiro* (22/10/1955) 251
Figura 88 – Leiaute de "Eu fui à guerra", *Realidade* (1968, nº 26) 254
Figura 89 – Leiaute de "Vida difícil", *Realidade* (1968, nº 28) 257
Figura 90 – "Fauna invisível", *O Estado de S. Paulo* (18/12/2015) 262
Figura 91 – Evolução gráfica das capas de *O Povo* 276
Figura 92 – Capa de cadernos especiais do jornal *O Povo* 278
Figura 93 – Leiautes do caderno especial "Sertão a ferro e fogo", *O Povo* (12/08/2014) 279
Figura 94 – Leiautes do impresso, "A seca que matou os peixes", *O Povo*, (30/08/2016) 282
Figura 95 – Imagem de abertura da reportagem em suporte digital 285
Figura 96 – Imagem em destaque da reportagem em suporte digital, "A seca que matou os peixes", *O Povo*, (30/08/2016) 286
Figura 97 – Gráfico de diminuição do pescado 293

Figura 98 – Imagens com legendas no leiaute digital 294
Figura 99 – Capas premiadas pela *Society of News Design* (SND), *Estado de Minas* (2019) 297
Figura 100 – Leiautes do caderno especial "Travessia", *Estado de Minas* (06/03/2016) 301
Figura 101 – Leiautes de "Travessia" no suporte digital..... 303
Figura 102 – Detalhes de "Travessia" na *web*, *Estado de Minas*, (2016) 309
Figura 103 – Espelho como elemento da narrativa visual em "Travessia", *Estado de Minas* (2016) 310
Figura 104 – Leiautes do impresso de "#umaporuma", *Jornal do Commercio* (início em 29/04/2018) 316
Figura 105 – Leiaute da página inicial do site "#umaporuma" 319
Figura 106 – Busca avançada no banco de dados da reportagem "#umaporuma".... 326

Figura 107 – Perfil da vítima com o gráfico do processo judicial em "#umaporuma 327
Figura 108 – Vídeo: "A história de Edilene Ramos, um feminicídio anunciado" 330
Figura 109 – Chamada de capa para os especiais do site do *O Estado de S. Paulo* .. 332
Figura 110 – Leiautes de "Novas veredas", *O Estado de S. Paulo* (12/02/2017) 333
Figura 111 – Leiautes de "Vidas Secas – 80 anos" na *web* e no impresso, *O Estado de S. Paulo* (25 e 26/08/2018) 334
Figura 112 – Leiautes de "Caminhoneiros: um ano depois", *O Estado de S. Paulo* (21 a 23/05/2019) 337
Figura 113 – Leiaute da página inicial da web 338
Figura 114 – Ícone de diferenciação de "Caminhoneiros: um ano depois", *O Estado de S. Paulo* (21/05/2019)..... 344

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 17

2 DIMENSÕES VISUAIS DO JORNALISMO 27

2.1 VISIBILIDADES DA GRANDE REPORTAGEM 27

2.2 UM VISUAL PARA O JORNALISMO: PARADIGMAS PROFISSIONAIS 47

2.3 FORMAS DA INFORMAÇÃO: DESIGN E JORNALISMO 55

3 PÁGINAS DE UMA CULTURA VISUAL 62

3.1 DENSIDADES CULTURAIS DO JORNALISMO VISUAL 62

3.2 CULTURA VISUAL NOS PRIMÓRDIOS DA REPORTAGEM 68

3.3 VISÕES ILUSTRADAS DE UMA CULTURA VERBAL 84

4 A MODERNIDADE DIAGRAMADA 99

4.1 VANGUARDAS DO DESIGN NA MODULAÇÃO DA PÁGINA 99

4.2 NARRATIVAS (RE)VISTAS 133

4.3 INOVAÇÕES EM SÉRIE NO PAPEL JORNAL 155

5 DE EMBELEZADORES DE PÁGINAS A JORNALISTAS VISUAIS .. 181

5.1 MIL PALAVRAS PARA VALORIZAR O VISUAL 181

5.2 PAPÉIS EM TRANSIÇÃO: A COMPREENSÃO DA FORMA 196

6 A CONTEMPORANEIDADE DIGITALIZADA 214

6.1 NARRATIVAS CONVERGENTES 214

6.2 O DESIGN NA OFICINA DO *SOFTWARE* 219

6.3 MAPAS DE LEITURA MULTIMÍDIA 223

6.4 DAS NARRATIVAS DIGITAIS DE IMERSÃO 232

7 MODOS DE CONTAR DO JORNALISMO VISUAL 248

7.1. HISTÓRIAS PARA VER: NARRATIVAS VISUAIS NA IMPRENSA 248

7.2 LEIAUTES EM DECOMPOSIÇÃO: UM MODO DE LEITURA 265

8 PERGAMINHOS CONTEMPORÂNEOS 274

8.1 LEITURA VISUAL MULTIMIDIÁTICA 274

8.2 DESCRIÇÃO VISUAL DENSA DE GRANDES REPORTAGENS 276

8.2.1 Jornal *O Povo* (CE) 276

8.2.2 Jornal *Estado de Minas* (MG) 296

8.2.3 *Jornal do Commercio* (PE) 313

8.2.4 Jornal *O Estado de S. Paulo* 331

8.3 INTERPRETAÇÃO VISUAL DA NARRATIVIDADE CONTEMPORÂNEA 346
9 CONCLUSÕES EM TRANSFORMAÇÃO DE UMA ERA VISUAL PARA OS JORNALISTAS 351
REFERÊNCIAS 358
APÊNDICE A 373
ANEXO A 376

1 INTRODUÇÃO

Esta tese começa na infância. Quando as histórias contadas pela avó analfabeta faziam brilhar os olhinhos da criança curiosa pelas narrativas do mundo. Dos tempos antigos, vividos no agreste nordestino, dona Ercília só possui a oralidade para contar esse mundo que carrega consigo na memória dos seus 92 anos completados em 2019. Como escreveu nosso pioneiro repórter João do Rio (2008, p. 33), observações "guardadas na placa sensível do cérebro". Ercília migrou de trem para o sul fugindo da seca, em 1954, levando em pé meu pai, seu primeiro filho, de outros dez que viriam. Ela o protegeu o quanto pôde pra que não morresse imprensado naquele vagão da esperança. Ao percorrer a trajetória da grande reportagem brasileira, encontrei muitas Ercílias, reconheci suas histórias nos leiautes da revista *O Cruzeiro,* quando a seca nordestina era pauta do noticiário nacional, documentando aquele povo que queria viver. Na busca por compreender o fazer visual da grande reportagem, encontrei a minha própria história, porque o Brasil está documentado por esse gênero nobre; porque a reportagem é um exercício de empatia, porque o jornalismo conserva nas narrativas densas expostas aqui, soluções editoriais envolventes e importantes para a construção das visões de mundo.

Se as histórias contadas por minha avó alimentaram a curiosidade de ser jornalista, foi também na infância que as inquietações para esta tese tomaram corpo, quando ansiosamente esperava a chegada do volume do mês do *Manual do escoteiro mirim*, publicado em 20 edições pela Editora Abril. Publicações caprichadas, ricamente ilustradas, que hoje considero a primeira escola de treinamento para a minha vocação para o jornalismo visual. Depois, vieram as leituras das revistas *Saúde*, *Quatro Rodas* e *Capricho,* todas assinaturas da Editora Abril que, mensalmente, nos anos 1980 e 1990, alargaram o meu imaginário. Na adolescência, sem nunca ter ouvido falar de *paste-up*, passava tardes inteiras "diagramando", no corte e cola, as páginas de agendas que guardo com carinho. Ficava horas folheando as revistas para encontrar um título para o dia, se não encontrasse a tipografia certa ou a imagem síntese, não terminava a página, porque a coerência entre texto e imagens deveria ser perfeita. Aprendi na construção das cenas da narrativa oral da minha avó e no rigor editorial das revistas parâmetros importantes do que hoje entendo como jornalismo visual. Ao apresentar este trabalho, percebo que ele só existe porque meus ouvidos amaram as histórias e meus olhos se apaixonaram pelos leiautes das páginas.

Quando optei pela formação em Jornalismo pensava em escrever reportagens, conhecendo o mundo, mas naturalmente o fazer visual me encantou como área específica. A reportagem era um exercício prazeroso e formatá-la era ainda mais gratificante. Uma paixão

que me levou a lecionar. Hoje me preparo para voltar à sala de aula e espero com este documento contribuir com o ensino do jornalismo visual no Brasil.

A falta de referências bibliográficas no país foi uma constatação desde o início do meu envolvimento profissional, no final da década de 1990, e é uma das questões que trago para esta tese, porque vejo ainda como um processo lento a construção de conhecimentos teóricos sobre esse campo no Brasil. Aqui, modestamente, busquei contemplar aspectos que julgo fundamentais para a compreensão historiográfica e expressiva da edição visual no jornalismo de reportagem. A pesquisa também revelou o vasto campo de investigação, ainda pouco explorado, sobre a memória gráfica e sua expressão contemporânea na imprensa brasileira. Embora aqui sejam apresentados inúmeros exemplos, a opção por uma tese panorâmica deve vir acompanhada de uma consciência de que é muito difícil abarcar a totalidade desse universo.

Na atualidade, os recursos visuais são elementos de relevância fundamental para as narrativas da imprensa. É um cenário estetizado e de visualização das mídias em diferentes plataformas. Mas os estudos no Brasil voltados ao processo de edição visual do todo da página jornalística são escassos. O fato de as reportagens de longo percurso possibilitarem à equipe de produção uma discussão também mais aprofundada sobre visualidades oferece um rico objeto para a observação, em uma condição diferente do cotidiano. Uma oportunidade para entender o papel e a valorização do jornalismo visual.

Ao investir em um material desse tipo, os meios jornalísticos reafirmam uma tradição de credibilidade, competência e atualidade. Os jornais buscam alternativas para manter sua versão impressa no mercado, ao mesmo tempo em que investem para se consolidar no território das mídias digitais. Dessa forma, é obrigatório para o jornalismo investir na estética de seus produtos. Em uma sociedade visual, há de se ter um jornalismo cada vez mais visual.

São fatos a padronização da diagramação e o uso de fotos de agências e de banco de imagens por parte de jornais, entretanto, a grande reportagem traz o diferencial de ser um investimento em jornalismo de boa qualidade, em que as imagens deverão ser inéditas e especiais. Historicamente, a grande reportagem ocupa um lugar de destaque no rol das imagens icônicas e com valor documental e, na atualidade, ainda promove inovações em diferentes plataformas. Um espaço no qual é possível exercitar a criatividade e desenvolver conteúdos midiáticos de interesse público, com visualidade privilegiada. Porém, existem poucos registros organizados no Brasil das manifestações da expressão visual da grande reportagem, seja em relação à história ou às publicações contemporâneas. O texto e os repórteres são os enfoques mais frequentes e, na maioria das vezes, as pesquisas centram-se em algum elemento isolado, como a fotografia, o design, a ilustração ou a tipografia, sem que haja a compreensão da

informação visual jornalística em sua complexidade. Esse seria um primeiro aspecto a ser considerado nos estudos: a necessidade de abarcar as dimensões visuais como um todo.

A escolha do tema também é motivada, portanto, pelo entusiasmo em contribuir com a produção acadêmica para o ensino da programação visual em jornalismo. Há necessidade da renovação das práticas metodológicas para o desenvolvimento de uma cultura visual dos jornalistas. As inovações da grande reportagem podem inspirar formas de produção e motivar os profissionais a atuarem com mais afinco e criatividade na construção de visualidades de interesse público. Para isso, são necessários estudos sistemáticos, produzindo e divulgando teorias e análises em uma abordagem didática, trabalho para o qual esta pesquisa pretende contribuir.

O território das reportagens aprofundadas é propício aos estudos acadêmicos por apresentar experimentações com narrativas visuais. A tradição do impresso e as novas linguagens, quando aliadas, renovam os modos de fazer e apresentar a grande reportagem. Os projetos visuais nesse gênero aprimoram o repertório da produção cotidiana em uma criação de grau altamente interdisciplinar para o estudo de seus fenômenos e, talvez por isso, sejam escassas as experiências metodológicas relatadas na literatura científica brasileira. Ao propor um estudo sobre o jornalismo visual de reportagens, o pesquisador depara-se com o desafio de compreender como a superfície visível nesse gênero age como elemento informativo em uma cultura profissional marcada pelo texto e pelos parâmetros de sua própria deontologia, além, é claro, do contexto histórico-cultural do público leitor. Como a bibliografia destinada à grande reportagem em uma perspectiva visual é rara no Brasil, estudos de rotinas diárias trouxeram subsídios para compreender o jornalismo gráfico nos produtos nacionais.

Outras pesquisas utilizadas estão circunscritas a aspectos formais das imagens e do design, como aquelas sobre influências tecnológicas e/ou rotinas produtivas de vários elementos, todas válidas para a construção de uma metodologia de análise para o jornalismo visual da reportagem. O fotojornalismo é uma área explorada nos estudos brasileiros, assim como o infográfico. No campo do design editorial, tanto designers como jornalistas voltaram suas atenções ao uso e à organização dos suportes em várias plataformas, principalmente em estudos sobre o jornalismo digital. Uma constante possível de detectar é o interesse dos pesquisadores brasileiros por estéticas do passado, imagem e design como *locus* de atenção. Já na etnografia das redações com vistas à produção visual, a atenção está centrada nas vozes dos protagonistas, um aspecto introduzido pela perspectiva metodológica adotada por pesquisadores da Teoria do Jornalismo, principalmente aquela conhecida como *newsmaking*.

Mesmo compreendendo a importância de todas essas vertentes de estudo, ainda não há uma sociedade de pesquisa consolidada para o jornalismo visual. Isso repercute nos eventos científicos do país, nos quais são inexistentes divisões temáticas específicas de jornalismo visual. Os trabalhos dividem-se em diferentes segmentos no Congresso da Sociedade Brasileira de Ciências da Comunicação (Intercom), misturando-se com todo tipo de produção visual, neste que é o maior encontro da pesquisa em comunicação no Brasil. Como exemplos, temos os GTs de Produção Editorial, com estudos de design editorial de jornais, e os de imagem, como o GT de Fotografia, porém podem ainda aparecer trabalhos de perspectiva histórica do jornalismo visual em outros, diferentes, tais como Jornalismo Impresso ou On-line. Leiautes do passado e estudos discursivos de capas são outras vertentes que aparecem em grupos de pesquisa, como o de Jornalismo Impresso e de História da Mídia. Semelhante cenário ocorre no Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo (SBPJor), no qual é ainda menor a incidência de trabalhos sobre aspectos visuais do jornalismo e as discussões pulverizam-se nas divisões temáticas. Isso ocorre não pela falta de trabalhos – eles existem – porém, o aspecto interdisciplinar os encaixa em diferentes grupos de pesquisa. Fatos reveladores de que os estudos da visualidade jornalística, fora os de fotojornalismo, não têm um *status* como área de pesquisa consolidada no país, apesar do crescimento do espaço e da importância da produção visual da imprensa. Destacam-se algumas iniciativas de grupos de pesquisa em design e jornalismo na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e em trabalhos da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Destacam-se ainda os trabalhos da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP), com pesquisas sobre forma, fotografia e imprensa.

Neste momento, o jornalismo visual vive uma nova infância, bem diferente daquela do papel, na qual foi forjado todo o conhecimento dessa área que me encantou. Nas telas mutáveis, os leitores, como mágicos, tateiam as grandes reportagens em um regime de leitura muito diferente da narrativa impressa. São transformações motivadas pela cultura visual vigente, capitaneada por tecnologias, mas que sobretudo testemunham as transformações da comunicação humana. Hoje temos um jornalismo visual em ascensão porque a sociedade diversificou suas formas de expressão.

A escolha das grandes reportagens como objeto de observação das transformações visuais do jornalismo visa, justamente, entender como narrativas pensadas com planejamento de tempo mais alargado operam a edição visual ao longo da formação e consolidação dessa área no país. E, ainda, como essa produção ganhou seu espaço no desenvolvimento da grande

reportagem. Inicialmente, o intuito era elaborar uma linha de tempo do percurso gráfico. Embora essa ideia não tenha sido totalmente abandonada, a trajetória visual é apresentada em uma perspectiva mais abrangente, descrevendo os leiautes e buscando estratégias da edição visual, depoimentos e diálogos entre os formatos de hoje e de outrora.

Assim, a pergunta inicial da pesquisa foi: como as características narrativas da edição visual de um gênero nobre, quiçá o mais valorizado entre os profissionais, que é a grande reportagem, permanecem ou são abandonadas no percurso de produção e criação das visualidades? A pesquisa revisitou a história de produções jornalísticas expressivas e, diante de tantos exemplos, foi surpreendente vê-las na página, expressas na linguagem gráfica de sua época. Os leiautes de reportagens foram pouco reproduzidos em livros ou artigos, diferente dos textos, publicados ainda hoje. Assim, o encontro com as reportagens de José do Patrocínio, Euclides da Cunha, João do Rio, Benjamin Costallat, entre outros, em um tempo em que nem mesmo o gênero havia ainda se consolidado, foi surpreendente. Ao mesmo tempo, fica claro como a reportagem sempre foi valorizada visualmente, tornando o objeto da pesquisa ainda mais relevante para a discussão aqui desenvolvida.

A pergunta original viceja um ponto de chegada que dê subsídios à compreensão dos aspectos de mudança de continuidades. Foi traçado, então, como objetivo geral da tese, demonstrar as características da narrativa visual da grande reportagem brasileira, indicando quais elementos de ruptura, continuidade e potencializações de seu percurso são presentes e coexistem na contemporaneidade. Para tanto, foi pensado o objetivo específico de mapear e categorizar as grandes reportagens brasileiras em seu percurso histórico e na atualidade. Intenção que, na qualificação da pesquisa, apresentou-se como muito extensa. Assim, optou-se por mapear as reportagens emblemáticas, descritas em livros de memórias e citadas na bibliografia sobre a reportagem brasileira, sem a intenção de categorizá-las, mas sim de observar seus elementos de construção visual. Desse modo, ao longo da tese são apresentados 83 exemplos de grandes reportagens, descrevendo seus aspectos em diálogo com memórias e condições de produção de suas respectivas épocas. A reprodução dessas páginas contemplou outro objetivo específico da tese, que era o de construir uma abordagem ilustrada das narrativas do jornalismo visual da grande reportagem. Essa busca resultou em uma historiografia ilustrada sobre a produção da área, além de um melhor entendimento da própria formação de um jornalismo profissionalizado no Brasil.

Foi fundamental, nesse processo, o contato com a obra de pesquisadores brasileiros, como a professora Helouise Costa, da USP, que investigou a revista *O Cruzeiro.* O modo de apresentação da autora inspirou a forma de organização desta tese. Em especial, o livro *As*

origens do fotojornalismo no Brasil: um olhar sobre O Cruzeiro 1940/1960 (2012) colaborou na compreensão sobre o papel das revistas ilustradas na modernidade. Embora seu trabalho se detenha na fotografia, pesquisa visual semelhante não foi realizada em outros momentos do percurso da reportagem brasileira, lacuna explorada nesta tese. Considero também como pioneiras e fundamentais as contribuições do trabalho de José Ferreira Junior, *Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico visual* (2003), e Joaquim Ferreira de Andrade, *História da fotorreportagem no Brasil* (2009). Outras fontes importantes foram os estudos com foco em design de jornais desenvolvidos pelo grupo de pesquisa da professora Ana Gruszynski (2011), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Eduardo Freire (2007) identificou a participação do design nos discursos jornalísticos em um estudo sobre o jornal *O Estado de S. Paulo* pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Assim como a tese de Ary Moraes (2015), publicada em livro, com foco no design, que ajudou na identificação do papel dos designers nas redações, principalmente na década de 1990. Quanto ao cenário digital, pesquisas realizadas pela professora Raquel Longhi (2014), da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), abordaram a grande reportagem como gênero expressivo na web, pontuando suas características. Nesse sentido, também foram encontrados na metodologia de avaliação de recursos digitais de Lluís Codina (2004) subsídios para organizar um modo de análise visual para reportagens aprofundadas na contemporaneidade.

Como a pesquisa procurou compreender mudanças, foi observado o cenário de produção da grande reportagem na atualidade em grandes reportagens de quatro jornais brasileiros: *O Povo* (CE), *Jornal do Commercio* (PE), *Estado de Minas* (MG) e *O Estado de S. Paulo* (SP). A escolha do produto jornal para a investigação desse ponto de chegada se deve à sua perenidade como suporte jornalístico mais antigo e também o mais transformado em suas práticas e estéticas. Embora a grande reportagem tenha ficado marcada por expressões das revistas, na atualidade esse formato se converteu em grande parte para sites com visualidade muito próxima dos jornais. Além disso, o jornal é um veículo que continua investindo em grandes reportagens, mesmo esporadicamente.

Nos quatro jornais mencionados foram realizadas visitas às redações no intuito de conhecer o cenário de atuação e entrevistar integrantes das equipes de produção visual. Do *Jornal do Commercio,* falaram Bruno Falcone Stamford, diretor executivo de artes, Karla Tenório, designer e assistente de artes, e Moisés Falcão, diretor executivo de design digital. Na visita ao jornal, Ciara Carvalho, repórter e editora, Ronaldo Carvalho, ilustrador, Diogo Azevedo, matemático, e Bruno de Carvalho, *front-end*, se dispuseram a uma conversa coletiva sobre a reportagem analisada na tese. No jornal *O Povo*, de Fortaleza, os depoimentos foram

de Gil Dicelli, editor executivo de design editorial, e Demitri Túlio, repórter especial. No *Estado de Minas*, Fred Botrell e Rafael Souza, ambos editores de multimídia, sendo que o primeiro atua como videodocumentarista e fotógrafo. Por fim, em *O Estado de S. Paulo*, os depoimentos colhidos são de Fabio Sales, editor executivo de experiência e criação, e Rodrigo Menegat, jornalista da editoria de artes. Complementam os depoimentos colhidos para a tese a entrevista de Paulo Lafer de Jesus, o Polé, diagramador da revista *Realidade* de 1968-1970, e também do artista, designer e jornalista Chico Amaral, responsável pelo redesenho do jornal *Correio Brasiliense*, um marco do design de jornais brasileiros, e que atualmente é sócio da Cases i Consultoria, sediada em Barcelona, na Espanha, empresa voltada aos redesenhos e projetos para jornais em todo o mundo. Os depoimentos foram fundamentais para construir a visão sobre o objeto e para solidificar a análise visual dos leiautes. De cada jornal foi selecionada uma reportagem para a análise com descrição densa, em uma matriz metodológica desenvolvida para identificar os elementos narrativos da edição visual nas grandes reportagens. Todas foram veiculadas nas plataformas impressas e digitais, característica importante na escolha porque mostra como o jornal impresso organiza a produção visual.

Os resultados e reflexões aqui apresentados compõem uma tese de percurso. O método conceitual abarcou, assim, uma pesquisa interdisciplinar e empírica que estabeleceu relações entre teorias da narrativa visual da reportagem, cultura visual, linguagem visual, design de páginas, fotojornalismo e Teorias do Jornalismo. A pesquisa parte, portanto, de dados historiográficos e da atualidade para observar e desenvolver uma metodologia de leitura visual.

Na composição do método ferramental, a pesquisa bibliográfica sobre o estado da arte do jornalismo gráfico e da grande reportagem no Brasil foi o primeiro caminho, associado a um estudo documental e iconográfico. As imagens foram fruto de inúmeros mergulhos nos acervos de jornais e revistas disponíveis na internet, além de sebos e bibliotecas públicas. O acervo digital da Biblioteca Nacional compõe grande parte das reproduções incluídas, assim como documentos das bibliotecas da Universidade de São Paulo (USP): foram folheados e fotografados exemplares do *Jornal da Tarde* na Brasiliana e, na Escola de Comunicação e Artes (ECA-USP), as revistas *Quatro Rodas* e *Realidade*. Como ferramenta para auxiliar a compreensão do cenário de produção, livros de memória de redações foram consultados, buscando a voz dos produtores visuais e lembranças do processo.

Esse percurso resultou em nove capítulos. O primeiro deles, “Dimensões visuais do jornalismo”, discute os objetos de estudo, no caso a grande reportagem e as dimensões visuais da área – um campo de pesquisa ainda em evolução no país – tendo o jornalismo visual como foco. São apresentados conceitos fundamentais para entender como a visualidade se coloca na

discussão da produção jornalística e como tem sido abordada, identificando três dimensões fundamentais: o jornalismo, a imagem e o design.

A seguir, "Páginas de uma cultura visual" apresenta o campo como uma área incorporada ao jornalismo e em crescente valorização como elemento narrativo, científico e cultural. Os jornalistas desenvolveram a sua própria cultura visual baseados em parâmetros profissionais e em diálogo com expressões artísticas, como o design e a fotografia. Esse capítulo busca entender, justamente, os primórdios da cultura visual jornalística em ação nas páginas de jornais e revistas. Assim, a pesquisa apresenta a iconografia de um período anterior à consolidação do formato moderno da reportagem, mas que já apresentava os elementos textuais que viriam a fundamentar o gênero. Nas primeiras décadas do século XX, o desenho era a principal expressão e a fotografia começava a transformar as relações visuais no mundo. Os repórteres também são fruto dessas transformações no papel do observador.

Na sequência, "A modernidade diagramada" relembra as experimentações estéticas propiciadas por tecnologias de impressão e, principalmente, pelo espírito de um tempo de encantamento com as imagens e as formas modernas. As revistas ilustradas foram a escola dessas experiências, trazendo influências de vanguardas europeias e consolidando o gênero da grande reportagem ilustrada. A trajetória das matérias desse tipo na revista *O Cruzeiro* ilustra a reflexão sobre a modernização da visualidade do jornalismo promovida pelas fotografias e também pelo gosto por histórias reais, substituindo o sucesso dos folhetins. Exemplos brasileiros e estrangeiros são apresentados, observando forças que atuavam na conformação da página ilustrada em cada período. As revistas *O Cruzeiro*, *Diretrizes* e *Realidade* são os exemplos iconográficos, assim como o *Jornal do Brasil* e o *Jornal da Tarde* – todos eles meios jornalísticos notáveis na construção do gênero reportagem no país. Embora as mudanças tecnológicas sejam sempre mencionadas, o capítulo traz o resultado da consulta aos livros de memória do jornalismo para entender o contexto cultural em que os jornalistas produziam seus leiautes e, ainda, a busca por relatos sobre a programação visual.

Em "De embelezadores de páginas a jornalistas visuais", discute-se a valorização da área no Brasil, apresentando transformações gráficas que atingem a imprensa durante a transição para os meios de produção digitais. Uma estética mais rebuscada do que o período moderno se instala nas grandes reportagens em um momento de consolidação da produção digital do jornalismo visual. Os profissionais do design ganham mais poder e espaço de atuação na redação, configurando-se, então, um campo para jornalistas visuais. As revistas aperfeiçoam as artes gráficas, assim como os jornais, que passam a investir em seus departamentos de arte e em profissionais com formação acadêmica em design. Da mesma forma, investem em formatos

diferenciados para as grandes reportagens, como os cadernos especiais.

Quando a cultura digital passa a também ser responsável pelo suporte e distribuição da informação, as redações se estabelecem como digitais e outras demandas visuais surgem para a produção jornalística, abrindo caminho para as grandes reportagens multimídia. Temas explorados em "A contemporaneidade digitalizada". Além de apresentar exemplos, esta parte inclui depoimentos dos entrevistados, relatando práticas e preceitos profissionais.

"Modos de contar do jornalismo visual" é um capítulo metodológico que prepara a estrutura teórica da matriz de análise visual das grandes reportagens. Apresenta como os elementos imagéticos colaboram ou não com as histórias contadas, apoiando-se em teorias da narrativa fotográfica e das formas e da narrativa textual. A base teórica busca estabelecer como os recursos visuais funcionam em conjunto na grande reportagem enquanto elementos narrativos, articulando palavras, imagens e design. No reconhecimento dos padrões narrativos do jornalismo visual compreendem-se funções e necessidades editoriais para o estabelecimento do olhar crítico sobre o objeto.

A matriz metodológica investiga o jornalismo visual, estabelecendo planos de análise divididos em elementos estruturais, funcionais e expressivos, baseados no modelo de análise pragmática da narrativa de Gonzaga Motta (2013). A partir desses planos, foram identificadas como categorias principais de análise a narrativa visual a edição visual, o design e a visibilidade. Considerando as grandes reportagens multimídia como o formato mais complexo de produção narrativa visual, a metodologia de Lluís Codina (2004) apresentou-se adequada para avalizar o universo escolhido, no qual o número de elementos a serem verificados é particularmente extenso. O capítulo traz quadros explicativos dos parâmetros e indicadores, suas definições e perguntas a serem respondidas, adaptadas do método de Codina.

"Pergaminhos contemporâneos" apresenta a análise densa de quatro grandes reportagens dos jornais mencionados, que complementa, de forma mais aprofundada, o olhar que se estende por múltiplos exemplos ao longo da tese. Nesse ponto de chegada, a pesquisa revela a densa mudança que se avizinha mais uma vez para o jornalismo visual. Um cenário de surgimento e consolidação do suporte digital, alterações de funções e valorização de novas experiências visuais para leitores de telas. A partir da análise dos leiautes e das entrevistas, colocando a produção contemporânea em diálogo com as bases de construção da visualidade, confirmaram-se as hipóteses de valorização e diversificação dos recursos do campo que geraram mudanças na cultura visual da imprensa, a existência de uma área específica de atuação de jornalistas visuais e, ainda, a constatação da permanência da grande reportagem como um *locus* de criatividade e inovação.

Esse tecido espesso do jornalismo visual que caminha para a realidade aumentada e virtual de certo modo sempre foi oferecido pelo jornalista, com outras formas de interação. Não importa o suporte, a produção da reportagem é uma criadora de mundos, um binóculo da sociedade, contribuindo plenamente com a cultura visual de sua época. Minha história poderia ser outra sem o encantamento que as histórias bem editadas visualmente me proporcionaram. Nas próximas páginas, a pesquisa revela a riqueza e o poder de empatia da edição visual jornalística. Apresento este trabalho com a esperança de que muitas outras páginas do jornalismo revelem grandes reportagens que nos aproximem das Ercílias.

2 DIMENSÕES VISUAIS DO JORNALISMO

2.1 VISIBILIDADES DA GRANDE REPORTAGEM

É à velocidade da luz que as visualidades do mundo nos atravessam a percepção. Uma experiência diferenciada de leitura que envolve um tempo absorto para conhecer o conteúdo da história. As imagens e a preocupação com o design tornaram-se onipresentes nas mídias, sobretudo após o advento da fotografia, do cinema e da televisão. O texto, matéria-prima fundamental do jornalista, foi perdendo espaço para as imagens no processo de desenvolvimento de uma linguagem verbo-visual. As grandes reportagens brasileiras do jornalismo impresso foram importantes catalisadoras nessa transição para um meio híbrido entre verbo e imagem e vieram a se desenvolver em formato multimídia. Narrativas densas, produzidas com profundidade de apuração jornalística, deram oportunidade a novos modos de fazer e ver a reportagem no Brasil, dados o seu potencial de planejamento de produção e as temáticas de aprofundamento.

Imagens eram elementos raros até a metade do século XIX e foram incorporadas à cultura profissional com o aperfeiçoamento da produção e reprodução de formas visuais, primeiro com a ilustração e a fotografia e, posteriormente, com a valorização das formas pelo design. A sociedade industrial consolidou-se construindo um mundo de imagens comercializáveis no século XX, e a imprensa incorporou os recursos visuais como elemento de sedução e ferramenta para solidificar o discurso do jornalismo de objetividade, baseado em fatos verificáveis. A fotografia como testemunha dos acontecimentos foi o recurso ideal para servir a esses propósitos, dado o caráter de fragmento gravado do real ao qual é comumente associada.

O desenvolvimento da reportagem, gênero textual nobre do jornalismo, alicerça-se na mesma época em que as imagens tecnológicas passam a fazer parte da vida, com a disseminação da fotografia no século XIX. Schudson (2010, p. 91) analisa o surgimento dos repórteres entre os anos 1880 e 1890 nos Estados Unidos e demonstra que a ânsia pelo realismo na época colaborou com o crescimento da profissão de jornalista. Escritores da virada do século inspiraram suas narrativas literárias nas experiências como repórteres de jornal. Nas memórias do repórter e escritor de Chicago George Ade, Schudson encontrou a ambição de ser “realista” e corajoso para “observar as virtudes e as fraquezas humanas como elas se mostravam para as lentes”. O pesquisador explica que “observar” era importante para os repórteres e romancistas da época, e que a palavra “lente” transmitiria a “percepção realista de que a reportagem de

jornal, o artigo de revista e o romance poderiam e deveriam ser fotograficamente fiéis à vida".

A metáfora com a realidade captada pela fotografia é providencial no discurso de Schudson, pois o final do século XIX estava em ebulição com a possibilidade de gravar e reproduzir imagens. À medida que os jornais introjetam o discurso do relato fiel da realidade e minimizam o caráter opinativo, o repórter ganha um *status* de independência legitimado por sua competência em informar corretamente. No jornalismo dos anos 1890, Schudson (2010, p. 80) identifica que os "repórteres pela primeira vez passavam a ser atores no drama do mundo dos jornais".

No Brasil, o início do período republicano (1889) marcou a transição dos jornais artesanais para se constituírem enquanto empresas. Outras mudanças no princípio do século XX implicaram "na valorização da reportagem, do caráter informativo da imprensa, em detrimento dos gêneros opinativos – em particular o 'artigo de fundo'" (ROMANCINI & LAGO, 2007, p. 68). Vidal e Souza (2010, p. 110) defende que a fotografia ajudou o jornalismo brasileiro a construir sua alteridade em relação à literatura e à opinião política, com a delimitação de um espaço para o repórter e o fotógrafo. "Foi um processo que, junto com a profissionalização, contribuiu decisivamente para a consolidação do jornalismo brasileiro como um campo mais autônomo".

Euclides da Cunha, na cobertura da Campanha de Canudos (1897), e João do Rio, com suas crônicas da vida real no início do século XX, marcam o jornalismo brasileiro com um olhar interpretativo, apontando para o que viria a ser a reportagem. As descrições do cotidiano, dos personagens e de como os fatos repercutem em suas vidas fundaram as características do ato de reportar. Reportar é diferente de noticiar. A reportagem é um relato mais aprofundado do que uma notícia (LIMA, 2009). Na reportagem, a forma de narrar e selecionar os fatos é distinta da crônica, da opinião, da notícia, do colunismo. Repórteres apresentam a história com um viés interpretativo que se vale de personagens, descrição e dados contextuais, todos verificáveis. É um gênero textual com algumas características: predominância da forma narrativa; humanização do relato, texto de natureza impressionista e objetividade dos fatos narrados, conforme Sodré e Ferrari (1986, p. 15). Alguns aspectos destacam-se mais, dependendo do tema. Mas segundo os autores, a narrativa sempre deve estar presente ou "não será reportagem".

"Com a reportagem, o jornalista aproxima-se do etnógrafo. A viagem em busca da alteridade nas narrativas emblemáticas das duas atividades está situada em locais remotos ou de difícil acesso e integração", relaciona Vidal e Souza (2010, p. 113). Para a autora, "o 'outro', por quem procura o repórter, assim como a alteridade da etnografia modelar, está distante espacialmente do seu ponto de partida". A autora compara a grande reportagem à *descrição*

densa de Geertz (1978), lembrando que, para James Clifford (2002, p. 59-60), o *new journalism* é um gênero "paraetnográfico". "O *new journalism* é conhecido pela valorização da reportagem e pela imersão do autor na realidade concreta e subjetiva dos personagens reportados, além da preocupação com contextos sociais explicativos das ações e das ideias dos indivíduos mencionados" (VIDAL E SOUZA, 2010, p. 113). Fuser (1996, p. 16) afirma que a reportagem é o gênero jornalístico que oferece mais espaço aos oprimidos. "(...) A reportagem embora também contemple os grandalhões é por excelência o lugar dos humildes, dos anônimos dos que só aparecem no jornal uma vez na vida." Conforme veremos no decorrer da tese, a publicação de imagens de pessoas comuns na imprensa foi possível pela reportagem. E essa é uma marca indelével da grande reportagem brasileira, espaço no qual o jornalista elabora com profundidade sua narrativa, embrenhando-se nos recônditos das histórias e naquilo que é exótico e/ou distante dele pela geografia ou por questões socioculturais.

Medina (2003, p. 52-53) defende que "a ação coletiva da grande reportagem ganha em sedução quando quem a protagoniza são pessoas comuns que vivem a luta do cotidiano". A valorização da reportagem com o adjetivo "grande" não significa que seja extensa apenas em relação ao espaço que ocupa. Esse termo está associado, no jargão da área, a um tipo de matéria jornalística que passa por um processo de aprofundamento do tema, de um olhar complexo que cerca a pauta de inúmeras problematizações para construir a narrativa. Para Lima (2009, p. 18), trata-se de "um mergulho de fôlego nos fatos e em seu contexto, oferecendo a seu autor ou a seus autores, uma dose ponderável de liberdade". Ele observa que "a reportagem ganha esse *status* [de grande reportagem] quando incorpora à narrativa elementos que possibilitam a compreensão verticalizada do tema no tempo e no espaço ao estilo do melhor jornalismo interpretativo" (LIMA, 2009, p. 26). O leitor amplia sua taxa de conhecimento com dados quantitativos (extensivo ou horizontal), qualitativos (intensivo ou vertical) e em uma mescla de ambos. No modo extensivo, o leitor tem acesso a dados, números, informações, detalhes. Já o intensivo possibilita "uma análise multiangular de causas e consequências, de efeitos e desdobramentos, de repercussões e implicações" (LIMA, 2009, p. 40).

A produção de grandes reportagens demanda uma elaboração diferenciada da rotina tanto para o texto como para o planejamento visual. São produzidas em geral com três meses de apuração e podem ultrapassar um ano de produção. A pressão do tempo é substituída pelo planejamento, o que para jornalistas, designers e demais produtores visuais é uma chance de criar um trabalho diferenciado. A produção da imagem recebe atenção especial, com fotógrafo e equipe de design impresso e digital. Para um dos mais reconhecidos repórteres brasileiros, o jornalista Ricardo Kotscho, a grande reportagem "rompe todos os organogramas, todas as

regras sagradas da burocracia – por isso é o mais fascinante reduto do jornalismo, aquele em que sobrevive o espírito de aventura, de romantismo, de entrega, de amor pelo ofício" (KOTSCHO, 1995, p. 71).

Grandes reportagens pressupõem, na maioria das vezes, viagens para locais distantes da redação. Vidal e Souza (2010, p. 111-112) lembra que a vocação da reportagem brasileira em busca de histórias sobre o outro "é a descoberta da alteridade". Os repórteres entendem seu trabalho como reveladores de realidades desconhecidas dos leitores. "Eles fazem com que pessoas e espaços, até então ausentes do registro jornalístico, passem a existir posto que descrevem, nomeiam e fixam sua imagem (VIDAL E SOUZA, 2010, p. 82). O caráter desbravador da reportagem solicita imagens. Embora as grandes reportagens sejam valorizadas pela narrativa textual, inclusive como objeto de pesquisa, o relato descritivo, analítico e interpretativo associado a elementos visuais enriquece e conta a história, criando um tipo de narrativa visual jornalística. Nas grandes reportagens brasileiras, desde os seus primórdios, jornalistas se empenharam em apresentar um relato visual das histórias.

Nesse sentido, temos o exemplo da grande reportagem "Enfrentando os Chavantes", de *O Cruzeiro* (nº 35, 1944), com texto de David Nasser e fotografias de Jean Manzon, quando pela primeira vez esses indígenas foram retratados em imagens. Na figura 1, parte dos leiautes da reportagem mostra a viagem dos sertanistas com o registro de indígenas isolados a partir da expedição e voos sobre as aldeias. A montagem das fotos assemelha-se às histórias em quadrinhos pela forma sequencial de apresentação, além da fabulação sobre os perigos enfrentados pela equipe – fórmula usada pela revista nos anos 1940 e 1950, quando publicou pelo menos 12 reportagens sobre indígenas de povos distintos, justamente em um período de consolidação da reportagem e do jornalismo moderno no Brasil (COSTA & BURGI, 2012).

O arranjo das imagens demonstra a interpretação do fotógrafo em um estilo que busca a objetividade na forma de narrar, apresentando um passo a passo da "aventura" da equipe, ao mesmo tempo em que "dirige" as imagens ao paladar da subjetividade de um criador de estilo épico e, por vezes, sensacionalista. Essas construções visuais copiavam a estética de revistas estrangeiras nos ângulos, estilo e poses, como veremos adiante.

Figura 1 – Leiautes de *O Cruzeiro* (1944, nº 35)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

A reportagem brasileira e o fotojornalismo nesse exemplo ainda davam seus primeiros passos rumo a uma padronização dos procedimentos da imprensa. Na revista *O Cruzeiro* conviviam diferentes estilos de texto e de fotografias: ficcionalizadas (figura 1), copiando o estilo de revistas ilustradas estrangeiras, e de compromisso com o real, como o trabalho do fotógrafo José Medeiros (figura 2), em estilo realista, porém com caráter interpretativo e autônomo na reportagem "Uma expedição aeronáutica ao Brasil central" (1949). Nota-se no conjunto de imagens que o jornalista e o fotógrafo apareciam na narrativa visual como participantes da ação. Com as imagens, a revista "prova" ao leitor que a "aventura" do repórter e do fotógrafo realmente aconteceu[1].

Figura 2 – leiautes de *O Cruzeiro* (1949, nº 34)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

O *Cruzeiro* foi importante no desenvolvimento da reportagem moderna integrando textos e imagens na década de 1940 (PEREGRINO, 1991). A revista é uma referência em montagens gráficas com fotografias interligadas ao texto. E, em muitos casos, privilegiando a imagem. Esse modelo foi implantado ao exemplo das fotorreportagens de publicações como a americana *Life* (1936) e a francesa *Match* (1938), fundamentais para a construção dos

[1] Na reportagem "Enfrentando os Chavantes" há uma imagem com David Nasser em frente ao avião como prova da autenticidade da participação do repórter. Porém, é conhecida a história de que o jornalista não participou do voo (VIDAL E SOUZA, 2010, p. 111).

parâmetros gráficos e conceituais do jornalismo visual. Na figura 3, leiaute da revista *Match,* com fotos de Jean Manzon.

Figura 3 – leiautes da revista francesa *Match* (1939, nº 50)

Fonte: reprodução Costa & Burgi, 2012.

A produção de grandes reportagens é um fator que contribuiu para a instituição do espaço profissional e para o uso criativo da imagem na narrativa. Nesta época, para a produção de matérias desse formato era indispensável a dupla repórter e fotógrafo. Além dos já citados David Nasser e Jean Manzon, a revista contava ainda com José Leal e José Medeiros. Quando os fotógrafos passaram a assinar as matérias junto ao autor do texto instituiu-se a figura do fotorrepórter no país (COSTA & BURGI, 2012). Nas reportagens "que demandam demorada observação e denso mergulho nas condições de vida dos reportados, as fotografias sempre mostram a dupla de repórteres de forma audaciosa" (VIDAL E SOUZA, 2010, p. 98), dobradinha consolidada no Brasil na revista *O Cruzeiro*.

Sobre "Enfrentando os Chavantes", Vidal e Souza (2010, p. 111) aponta que "a reportagem, por trazer imagens realistas dos índios, supera todas as outras formas de contar. Nenhum cronista poderia tê-los descrito melhor que a fotorreportagem". Sontag (2004) colabora com essa ideia: "O fotógrafo é um superturista, uma extensão do antropólogo que visita os nativos e traz de volta consigo informações sobre o comportamento exótico e os acessórios estranhos deles" (SONTAG, 2004, p. 54).

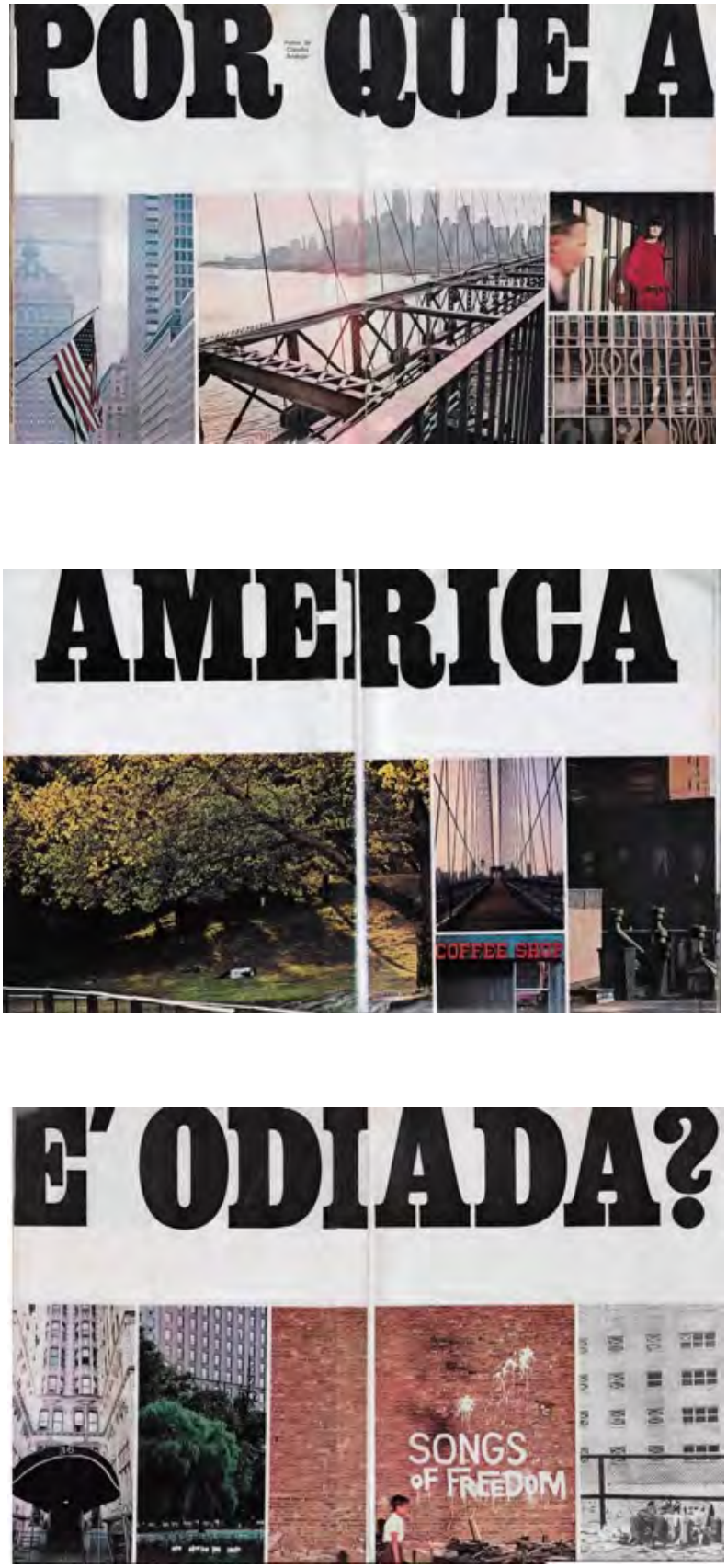
A inclusão das fotografias na narrativa consolidou-se como um atestado de credibilidade para o discurso jornalístico. "Fotos fornecem um testemunho. Algo que ouvimos falar de que duvidamos parece comprovado quando nos mostram uma foto" (SONTAG, 2004, p. 16). Em *O Cruzeiro,* as imagens eram agrupadas em páginas sequenciadas, com edição de legendas curtas e não acompanhavam o texto completo da reportagem, pois este era espalhado ao longo da revista, em páginas alternadas. Quem traz novidades a esse aspecto na grande reportagem brasileira é a proposta editorial da revista *Realidade* (figura 4 e 5), na qual as páginas eram compostas de arranjos gráficos sofisticados e as imagens acompanhavam o texto do começo ao fim da narrativa. Mais uma vez, a grande reportagem como catalizadora de mudanças.

Melo (2008, p. 149) vê na composição das fotos a influência da linguagem cinematográfica, com a diagramação alusiva ao movimento. O autor considera que a revista *Realidade* contribuiu para a história da linguagem jornalística brasileira quando, em suas páginas, "texto, fotografia e design passam a andar juntos, dividindo irmanamente a responsabilidade pela construção do discurso". Alguns exemplos estão nas reportagens: "Revolução na Igreja" e "Por que a América é odiada?" (figuras 4 e 5).

Figura 4 - leiautes da revista *Realidade* (1966, nº 7)

Fonte: acervo pessoal.

Figura 5 – leiautes de ensaio em *Realidade* (1968, nº 22)



Fonte: acervo pessoal.

Nos exemplos contemporâneos, ainda existe espaço para a pauta aprofundada e com temáticas habitualmente desvalorizadas, ao mesmo tempo em que o jornalismo está atrelado a uma lógica de produção de notícias descartáveis e instantâneas. Isso é visível nas grandes reportagens produzidas por jornais brasileiros, ainda que ocupem um lugar periférico e esporádico se compararmos com seu passado, quando estampavam as páginas de revistas. Esse tipo de reportagem permaneceu como ferramenta de investigação de pautas marginais. Como é o caso de "Favela Amazônica" (2015), de *O Estado de S. Paulo*, com abordagem sobre indígenas e outras comunidades que vivem nas beiradas das cidades amazônicas; "As quatro estações de Iracema e Dirceu" (2015), do *Diário Catarinense*, reportagem sobre como vivem os pobres da região mais rica do Brasil, Santa Catarina; e "Sertão a ferro e fogo" (2015), de *O Povo*, sobre remanescentes de famílias que ainda vivem da lida com o gado no Ceará.

Este último, inclusive, exacerba o caráter etnográfico de suas grandes reportagens. A nota intitulada "Etnografias", da reportagem "À espera de Francisco", de 2016, salienta: "*O Povo* mantém seu mergulho jornalístico pela etnografia do sertão. Reportando dificuldades e esperanças de um polígono seco de água no chão, mas vivo de se saber refazer" (O POVO, 2016, on-line). O texto lista uma série de especiais de grandes reportagens realizadas pelo jornal: "Vida para o semiárido" (2000), "Pelas águas do Velho Chico" (2006), e "A peleja da água" (2013).

Assim, a grande reportagem se apresenta como um espaço de abordagens diferenciadas, no qual os invisíveis experimentam os holofotes da mídia. Entretanto, a liberdade de pauta não é algo exercitado plenamente na produção jornalística; é um valor fundamental, mas está submetido às políticas editoriais do meio de atuação. Daí emergem invisibilidades ou silenciamentos. Mesmo que a grande reportagem tensione e consiga furar a membrana imposta pela linha editorial, serão condições de produção específicas que lhe darão a oportunidade de abordar temas diferentes das escolhas tradicionais, normalmente representadas por pautas oficiais ou sugeridas por assessorias.

Os personagens da grande reportagem têm, na maioria das vezes, "acesso direto" às mídias, já que se trata de pautas geradas pelo próprio jornalista, fugindo assim do "acesso habitual", que coincide com as atividades de produção e do "acesso disruptivo", aquele que provoca notícias "gerando a surpresa, o choque ou uma qualquer forma latente de agitação", conforme a reflexão de Molotch e Lester (1999, p. 45-46). Os movimentos sociais frequentemente perturbam a ordem pública, buscando justamente visibilidade. E é notório o quanto os motivos das perturbações da rotina são abordados de maneira superficial, sem a fala e as reinvindicações dos grupos que buscam o acesso. Entretanto, essas "agitações" podem vir

a estimular determinados jornalistas a explorar essas histórias de forma mais aprofundada, tornando-se pautas futuras que venham a ser negociadas por "acesso direto". Na grande reportagem, o "acesso direto" é uma demonstração do poder do jornalista na escolha das abordagens, condição sempre suscetível a negociações e aceites da política editorial.

Na negociação da pauta de grande reportagem, o jornalista precisa convencer, seja o jornal ou outro meio, a investir na apuração detalhada. Necessita de tempo dilatado e recursos financeiros para viagens e produção gráfica diferenciada, que inclui a participação de fotógrafos e editores de arte, além do fato de as pautas de "acesso habitual" serem suficientes, mercadologicamente, para preencher as páginas da imprensa, desestimulando investimentos mais ousados.

A grande reportagem pode circular na mídia impressa em "cadernos especiais", o que requer investimento com impressão, sendo outro suporte o relato em série. Com a convergência midiática, o formato passou a ser disponibilizado na página web dos jornais, necessitando de um corpo de produção ainda maior para produzir narrativas multimídia, formato que vem sendo, inclusive, preferido pela mídia.

Na prática, a escolha do repórter por iluminar temas pouco visíveis não escapa à política editorial do jornal de modo contundente. Conforme Breed (1999, p. 152), o *publisher* (dono do jornal) "estabelece a política informativa do jornal, a qual é, geralmente, seguida pelo corpo redatorial". Essa aceitação não é automática pela existência de normas de ética jornalística; pelo fato de os repórteres e outros profissionais da redação apresentarem atitudes e percepções mais "liberais" do que seus patrões e, assim, invocarem normas para escrever contra a política; e ainda pelo "tabu ético", que pode impedir os superiores de impor suas orientações aos subordinados. Mesmo assim, a política é introjetada pelos profissionais subalternos. Ainda que ela não esteja explícita, é na vivência da redação que o jornalista descobre o que agrada a linha do jornal. O novato "descobre e interioriza os direitos e as obrigações a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades" (BREED, 1999, p. 155).

É uma aprendizagem da orientação política que, segundo Breed (1999, p. 161) "cristaliza-se, num processo de controle social, no qual castigam-se os desvios (normalmente de modo suave), com reprimendas, cortando um artigo, recusando um comentário". Apesar da pouca liberdade e do respeito à política, os profissionais da redação podem, em alguns momentos, furar a membrana que a protege, provocando desvios. O autor aponta cinco acessos de enfrentamento da política: 1) quando a linha editorial não é suficientemente clara; 2) quando os superiores ignoram certos momentos de produção das notícias e os jornalistas podem escolher certas abordagens, subvertendo as regras; 3) quando se utiliza a "prova forjada",

passando a pauta indesejada para um jornalista amigo de outro veículo e depois apresentando ao editor como algo que não pode ser ignorado; 4) quando a reportagem é iniciada pelo jornalista; e 5) quando o profissional tem prestígio de "estrela".

Para a grande reportagem, os itens 4 e 5 têm especial relevância para a cobertura de temas de pouca visibilidade na imprensa. O primeiro porque os repórteres pressionam seus editores para a cobertura aprofundada das temáticas que consideram importantes. Semelhante ao "acesso direto", já mencionado, o jornalista convence seus superiores e demonstra empenho na apuração, trazendo dados relevantes e interessantes, que inclusive podem angariar prêmios para o jornal. Mesmo que editores não concordem, a persistência pode gerar uma abertura.

O repórter "estrela" é mais evidente na grande reportagem. Os jornalistas empenhados nesse gênero são premiados e possuem *status* de repórteres especiais. Portanto, têm poder de convencimento diante dos superiores. É o caso da experiência da repórter e socióloga Fabiana Moraes[2], que no *Jornal do Commercio*, de Pernambuco, com sede em Recife, produziu reportagens notáveis com temas deslocados da pauta cotidiana. Em "O nascimento de Joicy" (2011), ela narra o antes e depois de uma cirurgia de mudança de sexo de uma mulher transgênero, com abordagem sensível e texto de influência literária, tratamento que poucas pessoas desse grupo obtêm na mídia, por serem, muitas vezes, associadas à marginalidade. "Eu tinha pedido licença do jornal para escrever a minha tese de doutorado. Estava em casa (...) e eu queria escrever sobre transex (...). Um dia na semana, deixei a tese de lado e saí para escrever isso" (MORAES, 2015, on-line)[3]. Fabiana também realizou um caderno especial a partir de cartas e fotos de pessoas comuns, contando conquistas e dificuldades desses personagens em "História de mim" (2014), em cujo editorial afirma: "O tom pessoal e confessional deste projeto está em sua gênese: foi a partir do encontro de antigas (e não tão antigas) fotos da minha família que ele nasceu. (...) Ao revê-las, senti enorme necessidade de escrever a respeito", (MORAES, 2014, p. 3).

Os jornais, inclusive, creditam os repórteres com destaque. Em 2009, na reportagem "Os sertões", o *Jornal do Commercio* apresenta o caderno especial como o "ensaio mais completo sobre a terra e o homem sertanejos, o estudo primoroso de rincões então desconhecidos e ignorados". Sobre a repórter, acrescenta: "Para produzi-lo, o *Jornal do Commercio* escolheu a premiada repórter Fabiana Moraes e o talentoso fotógrafo Alexandre

---

[2] A repórter não atua mais no *Jornal do Commercio*.
[3] Informação verbal. Entrevista concedida à Michelle Assumpção para o site www.cultura.pe.gov.br. Disponível em: http://www.cultura.pe.gov.br/canal/literatura/fabiana-moraes-lanca-luz-sobre-o-olhar-subjetivo-no-jornalismo/#sthash.JUTgcw2k.dpuf.

Severo" (JORNAL DO COMMERCIO, 2009, p. 2). Anos depois, Fabiana Moraes pauta "O nascimento de Joicy" e "História de mim" por "acesso direto". Outro exemplo é o jornalista Leonencio Nossa, autor de grandes reportagens para *O Estado de S. Paulo*. No especial "Dos Andes ao Atlântico" (2011), caderno sobre o rio Amazonas, publicado no Dia Mundial da Água, o texto do editorial de abertura apresenta indícios de que a pauta foi sugerida pelo jornalista, pois o *Estadão* afirma em nota que "publica o relato da expedição realizada pelo repórter Leonencio Nossa e pelo repórter fotográfico Celso Junior da nascente à foz do Amazonas – material reunido no livro 'O Rio', que será lançado pela Editora Record em abril". O livro é de autoria do jornalista, em parceira com o fotógrafo. Como seria lançado um mês depois da publicação do material do *Estado de S. Paulo,* fica evidente ser um projeto pessoal.

A jornalista Daniela Arbex foi categórica ao afirmar que "jornalista que não pauta é pautado"[4] na época em que era repórter do jornal a *Tribuna de Minas*, diário de Juiz de Fora (MG). Ela é autora de *O holocausto brasileiro*, livro agraciado com a segunda colocação no prêmio Jabuti de 2014 e melhor livro-reportagem do ano pela Associação dos Críticos de Arte de São Paulo (2013). A ideia de escrever a obra surgiu a partir de uma grande reportagem de Arbex, publicada em série pelo jornal, sobre as atrocidades vividas por pacientes do maior hospício do Brasil, localizado em Barbacena (MG). Cerca de 60 mil pessoas morreram nas dependências desse local. A jornalista afirma que sempre busca suas pautas e convence seus editores a entrar nas histórias. Como repórter na *Tribuna de Minas*, produziu várias grandes reportagens, entre elas o caderno especial "Expedição Rio São Francisco nas águas de Halfeld" (2015). No editorial, ela afirma a tradição etnográfica da grande reportagem: "Falar do Velho Chico sob um ângulo novo exigia entender o que essas águas significam para sua gente, os brasileiros que vivem no Brasil desconhecido" (ARBEX, 2015, p. 2). O caderno tem 20 páginas coloridas, em papel *couchê* tamanho *standard*, um investimento raro.

Os exemplos descritos exacerbam a busca pelo "outro desconhecido" e demonstram a importância da visualidade, com a valorização também do fotógrafo. Um aspecto fundamental da grande reportagem é a produção de imagens de alto impacto e qualidade, representadas por fotografias com características documentais e outros recursos gráficos, como o design diferenciado das páginas e a produção de infográficos.

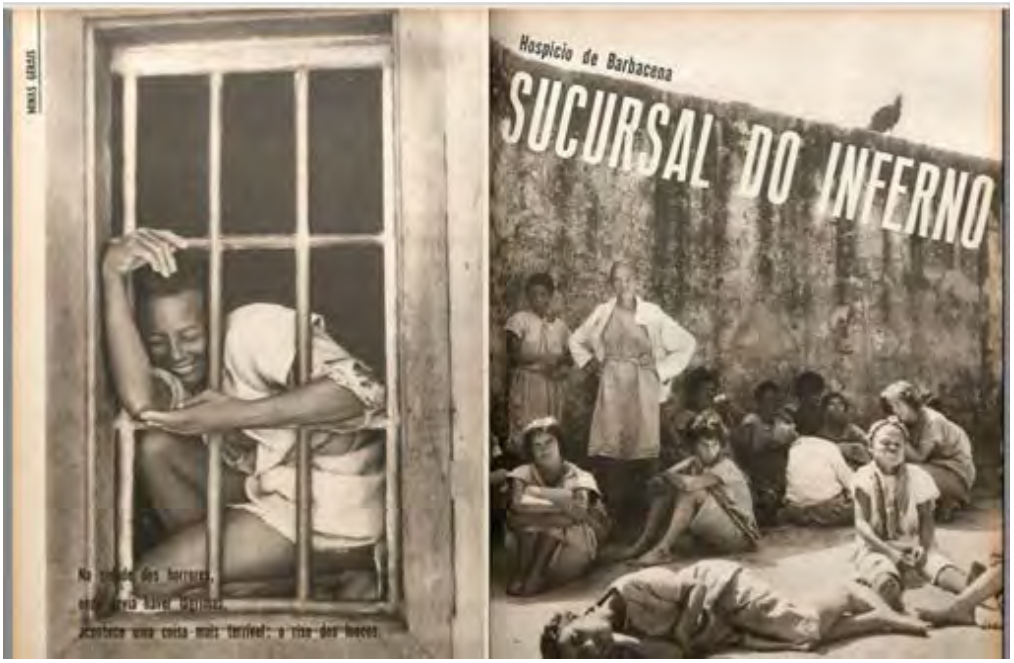
Foi justamente a visão de fotografias do hospício em Barbacena que sensibilizou Daniela Arbex a escrever sobre o tema pelo ângulo dos sobreviventes. O repórter fotográfico

---

[4] Informação verbal em entrevista concedida a Alexandre Maciel, em 08/08/2016, para produção de uma tese sobre livros-reportagem (MACIEL, 2018).

Luiz Alfredo documentou o local em 1961 para a revista *O Cruzeiro,* na reportagem "Hospício de Barbacena: sucursal do inferno" (figura 6). Arbex, ao se deparar com as imagens reproduzidas em um livro sobre o manicômio, exclamou diversas vezes: "Não acredito!" (ARBEX, 2013, p. 191). A jornalista foi em busca do fotógrafo, conseguiu as imagens e, a partir delas, começou a localizar os sobreviventes, mostrando as fotografias a quem podia conhecê-los. "Bastou o contato com aquelas imagens para que a senha da indignação fosse acionada" (ARBEX, 2013, p. 191).

Figura 6 – leiautes da revista *O Cruzeiro* (1961, nº 31)



Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Sem a documentação de Luiz Alfredo talvez não conheceríamos com riqueza de detalhes essa história, que havia sido contada, porém não pelo ângulo dos sobreviventes. Se a memória é mais um enquadramento do que um conteúdo (CANDAU, 2014, p. 9), essa grande reportagem enquadrou aspectos desconhecidos sobre o hospício e seus personagens, ajudando a recuperar uma memória fundamental para o país. Entretanto, as fotografias de imprensa são fruto de uma interpretação. "É sempre a imagem que alguém escolheu: fotografar é enquadrar, e enquadrar é excluir" (SONTAG, 2003, p. 42). E as representações visuais têm sido afetadas pela crise da imprensa. O jornalismo interpretativo é mais raro, assim como as imagens marcantes, sobretudo nos suportes impressos. As grandes reportagens são um oásis informativo em meio a coberturas superficiais e não podem ser confundidas com especiais de fundo mercadológico, como cadernos ligados a produtos como carros e até eventos patrocinados.

Nas grandes reportagens há um tratamento especial às imagens e ao design das

páginas, ainda que se repitam em suas fórmulas. Há um deslocamento da forma como as reportagens são apresentadas em relação ao jornalismo cotidiano. No impresso, os designs específicos diferenciam as reportagens com características sequenciais e narrativas. A visualidade da grande reportagem pode ser mais elaborada do que no dia a dia do fotojornalismo da imprensa, justamente por dar ao fotógrafo e aos designers a possibilidade de planejar. No jornal *O Povo*, por exemplo, há valorização do design editorial, usando fotos trabalhadas a ponto de ser tornarem fotoilustrações (figura 7).

Figura 7 – leiautes de "Os quinze" (15/08/2015), em *O Povo*

Fonte: reprodução *O Povo* (www.opovo.com.br)

Ainda assim, a representação em pautas etnográficas é repetitiva, referendando a ideia da perda de riqueza visual de Baeza (2001), exposta logo à frente. Nas capas dos cadernos especiais "Os sertões" (2009), do *Jornal do Commercio*, e "Guerras desconhecidas do Brasil" (2010) e "Favela Amazônica" (2015), ambos do *Estado de S. Paulo* (figura 8), o uso de uma "fórmula" fica evidente. Entretanto, a utilização de modelos pré-determinados não é exclusividade da produção visual. Na pesquisa foram encontradas narrativas textuais semelhantes em diferentes veículos, boa parte privilegiando os perfis de "anônimos", o que gerou construções visuais semelhantes.

Figura 8 – leiaute de capas de cadernos especiais

Fonte: reprodução *Jornal do Commercio* e *O Estado de S. Paulo*

Com as possibilidades de registro audiovisual e a extensão na web alargam-se as oportunidades de documentação de assuntos não usuais na imprensa. As grandes reportagens têm sido publicadas como narrativas multimídia, apresentando registros em vídeo e áudio, infográficos animados e conteúdos que vão além do que é publicado no registro impresso. No circuito independente, como movimentos sociais e coletivos de jornalismo, a grande reportagem também é uma ferramenta de trabalho para chamar a atenção da sociedade para temas esquecidos do noticiário tradicional.

A *Agência Pública*, coletivo que opera com doações individuais (*crowdfunding*) e projetos para fundos, mantém em sua página um canal para "especiais", reportagens de formato longo com temáticas sociais, dando voz a grupos marginalizados, como indígenas, quilombolas e afetados por grandes projetos. Nos Estados Unidos, o site *Longform.org* disponibiliza links para grandes reportagens publicadas na web com um limite mínimo de 2 mil palavras para serem incluídos. Embora boa parte, em ambos os exemplos, seja de reportagens tradicionais, com texto de narrativa densa e fotos ilustrativas, há ousadias em relação aos formatos. A *Agência Pública* foi premiada pela reportagem em quadrinhos "Meninas em jogo" (figura 9), sobre a exploração sexual infantil no Ceará. Diante de um tema delicado de se trabalhar em imagens, a ilustração em quadrinhos tornou a abordagem mais leve.

Essa reportagem é apresentada em uma linguagem consagrada, a história em quadrinhos, sendo o suporte de visualização a web. O resultado é um design tradicional, sem ferramentas de interação ou animação. O que confere o caráter de grande reportagem é a profundidade de apuração: o editorial informa que ao menos 30 entrevistas foram realizadas. A construção visual dos cenários, pessoas e situações traz uma densidade narrativa semelhante à sensação de um texto descritivo.

Figura 9 – Grande reportagem em quadrinhos "Meninas em Jogo" (2014)

Fonte: www.apublica.org.br

Santaella (2007, p. 287-288) lembra que o século XX consolidou a era da "tecnovisão", sendo o jornal um catalisador do hibridismo das mídias que foram deixando o caráter monossemiótico (texto) para um meio "semioticamente promíscuo, quer dizer, seus sentidos só se consubstanciam na mistura e complementariedade com outros processos sígnicos". Assim, o jornal, "um híbrido entre verbo e imagem, cada vez mais sensivelmente atraente e apelativo, foi ferindo a hegemonia do livro como meio de produção e transmissão da cultura". Com a fotografia, a publicidade, o cinema e, posteriormente, a televisão, houve uma proliferação dos signos visuais que resultou na "era da imagem". A autora pondera que o século XX caracterizou-se também pelas "misturas das escritas com a imagem". Salaverría (2014, p. 30) reconhece o hibridismo quando considera que "os conteúdos multimédia já têm cerca de dois séculos de história nos meios jornalísticos". Jornais e revistas seriam bimédia e "inauguraram a ampla lista de meios jornalísticos multimédia que chegou até aos nossos dias".

A diversificação dos elementos de edição e da forma de interação com o texto representou uma transformação no modo como tradicionalmente a grande reportagem era consumida e realizada: em série ou em cadernos especiais. Longhi (2015) considera que o ambiente digital proporcionou a produção da "grande reportagem multimídia", uma espécie de renovação da grande reportagem e um gênero expressivo do jornalismo de suporte digital. O papel dos recursos visuais nesse gênero de grande reportagem de caráter multimídia é basilar. A narrativa digital favoreceu a informação visual em sua reconfiguração. O percurso do leitor passa por diferentes camadas de linguagens ópticas: do design, da fotografia, do cinema e da televisão.

Na pesquisa, as grandes reportagens contemporâneas surgem em diferentes formatos. Os critérios para defini-las como grandes reportagens foram além das medidas de tamanho. Revelou-se mais apropriado analisar o esforço editorial, como foram realizadas e o grau de empenho na apuração e narração. O formato está presente em todas as modalidades do jornalismo. Para fins de organização, eles foram divididos na tabela abaixo.

Tabela 1 – Tipos de grandes reportagens

Linguagem principal	Características	Exemplos
Verbal	Todas as informações são veiculadas em texto. Dificilmente uma reportagem é composta apenas de texto na atualidade, porque no mínimo uma imagem costuma acompanhá-la. Mas, quando essa imagem é ilustrativa, considerou-se como reportagem verbal.	A revista *Piauí* traz longos textos descritivos e narrativos e os sites longform.org e medium.org abrigam sistemas para textos longos, nos quais a reportagem encontra suporte para ser veiculada. Podem ser publicadas como livros-reportagem.
Visual	Pode ser desenvolvida com fotografia, quadrinhos, infografia ou multimídia, desde que as informações visuais sejam o principal conteúdo da reportagem.	Livros de fotojornalismo; reportagens em quadrinhos; narrativas digitais com animação ou fotografia; realidade aumentada e narrativas imersivas.
Verbo-visual	Composta por textos em profundidade e iconografias diversas, associadas à narrativa. Se difere das multimídia porque não apresenta imagens em movimento ou animações, mas podem ser veiculadas em ambiente digital.	Reportagens impressas ou digitais de jornais, revistas ou sites.
Áudio	Tanto no rádio como nos *podcasts* são produzidas reportagens de longo formato, que podem também ser veiculadas em série.	Reportagens de rádios e de sites de *podcasts* temáticos. Grandes redes, como a *GloboNews*, também as produzem.
Audiovisual	As reportagens televisivas em profundidade são veiculadas em série ou em programas exclusivos. No ambiente digital, vídeos ou animações utilizando canais como *YouTube.* Em sites independentes também ocorrem formatos mais alongados.	Na televisão, reportagens em série de telejornais ou em programas seriados, como o *Globo Repórter* e *Profissão Repórter*.
Multimídia	Em franca expansão, esse formato integra todos as demais linguagens anteriores em uma narrativa textual longa, fragmentada e única ao mesmo tempo, veiculada em ambiente digital.	Reportagens produzidas por jornais de referência.

Neste estudo considerou-se apropriado concentrar-se em reportagens visuais, verbo-visuais e multimídia. As reportagens eminentemente visuais são raras, mas estão presentes em diversos suportes, necessitando de um estudo exclusivo de seus formatos, que estão se diversificando e devem seguir teorias e metodologias diferentes daquelas empregadas em grandes reportagens, nas quais há interação visual com um texto narrativo longo. Para identificar transformações, as reportagens verbo-visuais e multimídia foram definidas como objetos e exploradas sistematicamente neste estudo.

2.2 UM VISUAL PARA O JORNALISMO: PARADIGMAS PROFISSIONAIS

Elementos envolvidos na construção da visualidade jornalística revelam uma poética entre as dimensões do jornalismo, da imagem e do design, construindo uma área de atuação conhecida como programação visual. Cada uma dessas dimensões movimenta-se nos contextos sociais marcados por técnicas, deontologias, tecnologias, culturas de consumo e impulsos da história. Assim, construir visualidade no jornalismo é uma tarefa coletiva que pode tanto ser enriquecida na grandeza das possibilidades quanto enfraquecida no vício das fórmulas consolidadas de um campo.

Um primeiro ponto a ser considerado são as características do campo jornalístico, como lembra Gruszynski (2011, p. 8): "(...) apelo estético e compromisso informativo tensionam as escolhas possíveis, muitas vezes também subordinadas à modulação comercial da publicação". O resultado, conforme observa a autora, depende da infraestrutura física, tecnológica e do perfil dos profissionais para garantir a periodicidade e a quantidade. Ou seja, um processo contínuo, em equipe e interdisciplinar, influenciado pelas necessidades tecnológicas e comerciais.

Fotógrafos e designers, nesse contexto, não têm toda a liberdade de criação da expressão gráfica. A informação está em primeiro plano, por isso uma imagem ruim em relação aos seus aspectos formais, tais como legibilidade e enquadramento, pode ser utilizada em detrimento de outra, mais aceitável esteticamente, porém sem o conteúdo relevante. Assim, todos os elementos devem servir como informação, e isso inclui a forma como o texto é visível no espaço ocupado e a diversificação dos recursos gráficos informativos.

Como o projeto visual em jornalismo está ligado à possibilidade de reprodução dos recursos visuais de forma ágil e com fidelidade, deve ser legível e atrativo, poupando o leitor de esforços para compreender o conteúdo. Historicamente, os livros técnicos sobre design para produtos jornalísticos e demais publicações para leitura acentuam essas características como fundamentais (WHITE, 2006, CALDWELL & ZAPPATERRA, 2014). A legibilidade é um valor cultuado do jornalismo e sua competência é avaliada também por essa característica. Porém, a imagem aceita a ilegibilidade em determinadas circunstâncias se trouxer indícios legitimadores da notícia ou figurar como elemento estético. Já a tipografia deve ser totalmente legível, facilitando a leitura, salvo quando ganha *status* de imagem, dada a sua expressão.

Esses recursos informativos na visualidade das mídias jornalísticas podem ter a função de nortear o percurso do olhar a partir de índices, ícones e ritmos de leitura organizados pela diagramação ou serem utilizados como parte da narratividade. Para Berger e Luckman (1985),

o jornalismo opera de forma a representar o real de acordo com um pacote de fatores ligados à lógica de produção da notícia. As notícias e reportagens produzidas pelos jornalistas não apresentam a realidade em si, mas uma representação dela, baseada, em grande parte, pelos padrões profissionais de produção. O jornalismo é uma atividade que contribui para o que autores chamam de "construção social da realidade", colaborando com ideias e visões em um processo intrincado de influências. Produzir visualidade integra o pacote de produção como conteúdo e ferramenta na disputa da concorrência por um público ávido por estímulos imagéticos.

A ideia de contribuição para "construir a realidade" refuta outra, do jornalismo como seu retrato fiel, concepção que perpassa uma das primeiras crenças do jornalismo: a do "espelho do real". Embora seja uma teoria sem paternidade, já questionada de várias formas, está arraigada ao senso comum de muitos jornalistas. Traquina (2005b, p. 147) explica que a "noção chave" desse pensamento é "que o jornalista é um *comunicador desinteressado*, isto é, um agente que não tem interesses específicos a defender e que o desviam da sua missão de *informar*, *procurar a verdade*, contar o que aconteceu *doa a quem doer*". Um paradigma anterior foi quebrado com esse movimento. Para o autor, a ideia de um jornalismo que "concebe o papel dos meios de comunicação social como arma política e os jornalistas como militantes partidários" fica para trás, dando lugar ao jornalismo de informação, separando fatos e opiniões.

A máquina fotográfica encarna e inspira esse paradigma em um contexto em que a ciência, inclusive na área de humanidades, era marcada pelo positivismo. Traquina (2005b, p. 148) cita a observação de Anthony Smith sobre o papel da fotografia como catalisadora do esforço intelectual. "Tanto na ciência como na filosofia, como ainda na sociologia e outras disciplinas, ambicionava imitar esse novo invento – a máquina fotográfica – que parecia ser o espelho, há muito procurado, capaz de reproduzir o mundo real".

Schudson (2014) percebeu nos jornais americanos da década de 1920 que a crença na objetividade tornou-se um conjunto de práticas de reportagem, de redação e um ideal moral que demonstra como a produção jornalística vive a sua própria maneira de entender a realidade objetiva. Ou seja, o trabalho da imprensa ajuda a "construir a realidade" a partir das singularidades de sua própria cultura profissional, que usa procedimentos técnicos de fabricação da notícia para atestar um ideal de objetividade que revelaria a realidade dos fatos. "Os jornalistas passaram a acreditar na objetividade, na dimensão que o fizeram por que queriam, precisavam, foram forçados pela aspiração humana comum a buscar uma fuga de suas próprias convicções profundas acerca de dúvida e direção" (SCHUDSON, 2010, p. 187).

A instituição das *by-lines,* assinatura do jornalista no início ou final do texto,

representa para o jornalismo americano, segundo Schudson (2010, p. 170), um momento em que a subjetividade passa a ser reconhecida na imprensa, mesmo que os ideais de objetividade ainda sejam a espinha dorsal do trabalho jornalístico. "As *by-lines* concederam uma autoridade maior ao repórter, em relação ao *copydesk",* efeito reforçado pela especialização eminente de certos jornalistas sobre os temas que cobriam e que poderiam "proporcionar um progresso ao repórter na capacidade de se tornar um crítico de suas fontes". As resenhas de notícias da semana foram se tornando frequentes, abrindo uma porta para a função interpretativa do jornal. Schudson (2010, p. 170) acredita que as colunas assinadas foram "o sinal mais importante da adaptação do jornalismo à percepção da subjetividade", ao menos nos jornais americanos.

O fenômeno estende-se ao fotojornalismo quando surgem na imprensa fotógrafos autorais, como Erich Salomon (1886-1944). O alemão Salomon foi importante desenvolvedor da estética da espontaneidade na imprensa. Equipado com uma câmera que propiciava maior velocidade e lentes luminosas, a Ermanox e, posteriormente, a Leica, começou a produzir fotografias instantâneas, não posadas, diferentes das convenções da época. Desse modo, ajudou a construir os parâmetros do fotojornalismo moderno, produzindo imagens descontraídas de políticos com humor e surpresa, estética conhecida como "fotografia cândida". Como fotojornalista, atuou em jornais da Alemanha e publicou o célebre livro *Contemporâneos ilustres em momentos de descanso* (1931). Salomon foi capturado na Holanda pelo regime nazista e levado para campos de concentração. Foi assassinado em Auschwitz junto com sua família. Acumulou apenas cinco anos na imprensa, mas marcou profundamente o fotojornalismo como conhecemos. Por circular entre políticos importantes e assinar as fotografias, contribuiu para valorização do fotógrafo.

De fato, a assinatura demarca o espaço do jornalista e do fotojornalista. O leitor pode reconhecer o estilo, os temas preferidos do repórter, ou seja, elementos singulares advindos da individualidade, o que não é diferente com os fotojornalistas. Sousa (2004b, p. 19) lembra que Szarkowski (1973) "caracteriza o fotojornalismo moderno como sendo franco, favorecedor da emoção sobre o intelecto, enfatizador da subjetividade, redefinidor da privacidade e marcado pela publicitação da autoria". Schudson (2010, p. 185) também apontou nessa direção quando concluiu que na década de 1930, apesar de a objetividade ser um ideal para jornalistas, eles sabiam da "impossibilidade de superar a subjetividade na apresentação da notícia".

Porém, Gaye Tuchman (2016, p. 112-113), socióloga americana, responsável, anos depois, por uma ampla pesquisa de etnografia das redações americanas nos anos 1970, observou os jornalistas invocarem sua objetividade como um amuleto que os defende dos críticos. "A objetividade pode ser utilizada por outros profissionais como forma de se defenderem dos

ataques violentos da crítica". Para a autora, a presença dessa norma na atividade jornalística pode ser detectada quando os jornalistas manifestam lealdade à norma; na observação das redações; na análise de textos medindo o grau de impessoalidade e imparcialidade das notícias; e na resistência a criticá-la ou desafiá-la. Schudson (2014, p. 137) considera a objetividade como o principal valor profissional do jornalista. "É, ao mesmo tempo, um ideal moral, um conjunto de práticas de reportagem e de edição e um padrão de redação noticiosa a ser seguido". Ou seja, mesmo que aceitem a subjetividade, a objetividade é a norma a ser seguida.

Esse modo jornalístico de escolher e contar os fatos da realidade impregna o campo de visões, convicções e critérios de noticiabilidade também apropriados pela produção visual. Jornais tendem a selecionar seu conteúdo de acordo com a rotina produtiva, privilegiando a praticidade na construção da notícia, como abordam Hall et al. (2016, p. 309): "por estarem empenhados na produção rotineira de notícias, estes fatores de organização afetarão, por seu turno, o que for selecionado", fato que ocorre também com as imagens. "O fotojornalista não apenas reporta as notícias como também as 'cria'", afirma Sousa (2004b, p. 23), colaborando com a ideia da construção social da realidade. Sousa (2002, p. 40-41) analisa a padronização das imagens nas abordagens fotográficas da imprensa e aponta que "eles [os fotógrafos] podem julgar que 'fotojornalismo é isso' e, sob pressão do tempo, fotografarão como estão habituados a fazer". Diante disso, percebe-se a grande reportagem como um território no qual o tempo de apuração aumenta, dando asas à imaginação e à criatividade.

Baeza (2001, p. 14) alerta para uma perda da cultura visual profissional crítica do jornalismo com o predomínio de imagens do acontecimento local fornecidas por agências como a *Associated Press*, *Reuters* e *Agência France-Presse*. "Imagens iguais para todos que reduzem a realidade do mundo a estereótipos que anulam a diversidade dos fenômenos e dos que se referem e que, contudo, ocultam, em sua profusão de cenários, o mais óbvio: quem se aproveita da injustiça e da violência". Para o autor, a falta de um jornalismo investigativo resulta na inexistência de imagens equivalentes, ou seja, em imagens diferenciadas capazes de provocar a crítica e a interpretação social.

Boa parte do conteúdo das mídias é apresentado por imagens. O design tende a valorizar as iconografias como um recurso empenhado para reiterar o enunciado e persuadir pelo estético. E mesmo que a imagem por si só já ofereça informação, o jornalista cria legendas para mostrar o que deve ser visto, reforçando a realidade construída pela reportagem. Para Verón (2004, p. 67-68), não se pode esquecer que um discurso "(...) pode muito bem ser investido numa marca não-linguística (imagens evidentemente, mas também elementos da espacialização: dimensões diferenciais dos caracteres, espaço entre os textos etc.)".

Em uma sociedade de cultura visual, a aparência é uma ferramenta valorizada pela empresa jornalística, que pode ser detectada nas reformas gráficas, na excelência da impressão e mesmo no espaço destinado às imagens, em detrimento do texto. A visualidade, inclusive, é considerada um valor-notícia, ou seja, um critério de noticiabilidade para o jornalista (TRAQUINA, 2005a). Sendo assim, é possível que fatos sejam privilegiados ou preteridos nas escolhas editoriais em função de seu impacto visual.

Bourdieu (1997, p. 107) aponta que um efeito do campo jornalístico é a concorrência pela prioridade, que tende a favorecer e atrair agentes de uma "prática jornalística sob o signo da velocidade (ou da precipitação) e da renovação permanente". O produto e seus produtores são avaliados segundo a oposição do "novo" e do ultrapassado. Desse modo, as características estéticas visuais são fundamentais para o jornalismo legitimar sua atualidade.

Os elementos visuais fazem parte daquilo que Verón (1999) chama de *contrato de leitura*, que é estabelecido entre um suporte e seu público, sendo que, no caso da imprensa, quem propõe as cláusulas é a mídia. Uma hierarquia em transformação com a aferição da audiência – cada vez mais o público influi no conteúdo, conforme veremos adiante nas falas de entrevistados desta tese. Mesmo assim, há uma regularidade discursiva na produção jornalística com a qual o leitor espera interagir e que está posta no contrato. O projeto gráfico do periódico é parte fundamental do "contrato", por apresentar a identidade visual em contato direto com o leitor. Cores, formas, segmentações editoriais, estilo e o uso de imagens são norteadas pelo projeto gráfico-editorial. Freire (2007, p. 34) pondera que escolhemos um jornal para ler por nos afinarmos com sua linha editorial e que "o leitor identifica o jornal, dentre outras coisas, pela sua configuração visual, que é o primeiro acesso para o reconhecimento". Uma mudança radical, por exemplo, pode causar um estranhamento desnecessário para o leitor.

A vocação jornalística de apresentar a "verdade" e a "realidade" ao público leitor é um valor estabelecido pelo contrato que a visualidade ajuda a legitimar. Patrick Charaudeau, em seu livro *Discurso das mídias* (2015), lembra que o exercício da palavra pressupõe um "contrato de comunicação" regido por normas e convenções aceitas e reconhecíveis pelos sujeitos do discurso e que operam por gêneros discursivos múltiplos que definem a situação de comunicação. Em reportagens, esse contrato abarca a linguagem verbal e visual. Charaudeau (2015, p. 49) discute o conceito de "efeito de verdade", mais associado ao "acreditar ser verdadeiro" do que ao "ser verdadeiro". Baseia-se na convicção e faz parte de um movimento de um saber de opinião da qual emerge a subjetividade do sujeito, "criando uma adesão ao que pode ser julgado verdadeiro pelo fato de que é compartilhável com outras pessoas, e se inscreve nas normas de reconhecimento do mundo". Para gerar esse efeito é necessário um "dispositivo

enunciativo de influência psicossocial, no qual cada um dos parceiros da troca verbal tenta fazer com que o outro dê sua adesão a seu universo de pensamento e de verdade". As mídias funcionam como dispositivos de influência e trabalham pelos efeitos de verdade, mas o que está em disputa não é a verdade em si, mas a busca de "credibilidade".

Charaudeau (2015, p. 55) pondera que as mídias têm sua maneira particular de provocar os efeitos de verdade. "Os meios discursivos empregados devem tender provar a autenticidade ou a verossimilhança dos fatos, e o valor das explicações dadas". Nesse ponto, consideram-se aqui os elementos visuais como meios discursivos colaboradores dos efeitos de verdade, entre os quais a fotografia, que funciona como uma prova.

Quanto à autenticidade, Charaudeau (2015, p. 55) a caracteriza como a "possibilidade de atestar a própria existência dos seres do mundo, sem artifício, sem filtro entre o que seria o mundo empírico e a percepção". Uma avaliação que constrói "um real de 'transparência', de ordem ontológica, de prova concreta, como se a verdade dos seres consistisse simplesmente em 'estar aí'". Entre os meios discursivos utilizados para introjetar esse imaginário estão documentos e objetos expostos como provas concretas pelas mídias. Assim, o conteúdo visual apresenta uma função predominante "quando esta tem a pretensão de mostrar diretamente ou não o mundo como ele é".

Outra forma de criar os efeitos de verdade é trabalhar com a verossimilhança, reconstituindo cronologicamente os acontecimentos e remetendo "ao procedimento de reconstituição, que diz: 'eis como isso deve ter acontecido'". Mais uma vez a visualidade pode funcionar como um testemunho, que busca "restabelecer o acontecimento tal como ele teria ocorrido" (CHARAUDEAU, 2015, p. 55-56) – vide os mapas, infográficos e quadrinhos de reconstituição de acontecimentos. Ficou evidente, no decorrer da pesquisa, o quanto os mecanismos de reconstituição visual evoluíram com as reportagens de realidade aumentada e imersivas, trazendo a experiência do hiper-realismo.

Elementos não verbais também participam do que Charaudeau (2015, p. 56) chama de "explicação". O efeito de verdade na mídia necessita "determinar o porquê dos fatos, o que motivou, as intenções e a finalidade daqueles que foram os protagonistas". O autor chama de "procedimento de elucidação" os meios discursivos para gerar esse efeito. A mídia recorre aos especialistas com provas científicas e técnicas e à exposição de opiniões por meio de entrevistas, interrogatórios, buscando apresentar uma verdade consensual. A imagem em interação com a legenda é um componente elucidador. Mesmo que não traga a fala do especialista, a legenda norteia o olhar sobre a imagem e acrescenta detalhes, assim como o design como um todo.

No caso brasileiro, a interdependência verbo-visual nos relatos de jornalistas é marcante desde seus primórdios, mesmo antes da reportagem moderna ser consolidada. Na figura 10, temos um registro histórico do uso de imagens para enfatizar e solidificar o efeito de verdade. Em 1878, o jornal *Gazeta de Notícias,* do Rio de Janeiro, enviou o jornalista José do Patrocínio para o Ceará com a função de contar como os recursos públicos amainavam os efeitos da grave seca que obrigou uma legião de pessoas famintas a migrarem para a capital, Fortaleza. Publicada no pé da primeira página do jornal, na seção Folhetim, a "reportagem" intitulada "Viagem ao Norte" foi realizada em série e veiculada aos sábados, de maio a setembro de 1878. De modo intermitente, José do Patrocínio enviava relatos alarmantes sobre a miséria pelas ruas: "Criancinhas nuas ou seminuas, com rostos escaveirados, cabelos emaranhados, sobre crânios enegrecidos pelo pó de longas jornadas" (PATROCÍNIO, 1878, p. 1).

Andrade (2004, p. 191) observa que "o jornalista certamente desejava cumplicidade para o triste espetáculo que presenciava, mas a eloquência de suas palavras não era suficiente." A *Gazeta de Notícias* não publicava imagens. José do Patrocínio enviou então para a redação de *O Besouro* as fotografias de vítimas da seca. É interessante perceber que, para sensibilizar a opinião pública, foi necessário "ver para crer" (ANDRADE, 2004, p. 194), e que o jornalista reconheceu a visualidade como uma força para legitimar a narrativa, articulando um modo de mostrar os personagens.

O exemplo apresenta uma ilustração litográfica. Como as fotografias ainda não eram reprodutíveis no país, os ilustradores as copiavam. Essa característica é marcante no design gráfico da época. Na imagem foi inserida uma mão esquelética, com roupa fina, demarcando o viés de denúncia contra os governantes. O caráter elucidativo da imagem é reiterado em texto: "A nossa estampa de primeira página é uma prova cabal àqueles que acusavam da exageração que se fazia do estado infeliz da província" (O BESOURO, 20/07/1878, p. 2). Segundo Andrade (2004, p. 196), a ilustração é bastante fiel às fotografias e quem as reproduziu foi Bordallo Pinheiro (1846-1905)[5], artista gráfico e designer pioneiro em Portugal e no Brasil. Para o autor, tudo indica que este foi o primeiro uso de uma fotografia com caráter de denúncia e defesa de um estatuto de verdade na imprensa carioca. Andrade (2004) indaga se Bordallo e José do Patrocínio não seriam uma primeira dupla da fotorreportagem brasileira, tradição que se fará

[5] O português Raphael Augusto Bordallo Pinheiro (1846-1905) passou por importantes periódicos ilustrados europeus, como o *The Illustrated London News*. É considerado "o primeiro grande caricaturista português" porque valorizou o gênero como arte naquele país. No Brasil, ficou por quatro anos e movimentou consideravelmente a ilustração nos periódicos do Rio de Janeiro, primeiro como colaborador e depois com suas próprias revistas *Psit!!!* e *O Besouro*. Seu estilo satírico não agradou políticos brasileiros e o artista chegou a sofrer dois atentados antes de retornar a Portugal (ANDRADE, 2004, p. 182-183).

presente na produção de grandes reportagens da revista *O Cruzeiro* das décadas de 1940-1950, uma prática que se estabeleceu no jornalismo de profundidade. Em relação às narrativas da grande reportagem, esse episódio é destacável por ser uma viagem rumo a uma realidade diferente da carioca, publicada em série, ao longo de meses, e que se valeu da imagem para ser aceita como relato verídico.

O projeto visual de uma mídia jornalística está incorporado a todos os processos de produção de conteúdo em menor ou maior grau, dependendo do gênero e da estrutura possível. Charaudeau descreve meios verbais de criar efeitos de verdade que, conforme foi demonstrado, podem ser representados por recursos visuais.

Figura 10 – leiaute de *O Besouro* (1878, nº 16)


O BESOURO.

121

PAGINAS TRISTES.

Scenas e aspectos do Ceará

(Para S. Magestade, o sr. governo e os srs. fornecedores verem)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

2.3 FORMAS DA INFORMAÇÃO: DESIGN E JORNALISMO

Sousa (2001, p. 414) reconhece no design a impossibilidade de uma neutralidade: "A forma de apresentação dos discursos que procuram descrever, desvelar e interpretar o mundo, e não só o seu conteúdo, participa nos processos de outorga social e pessoal de sentido para esse mesmo mundo." Um exemplo foi a horizontalização das páginas dos jornais, que incentivou a criação de um espaço mais amplo de construção social da realidade para os meios de comunicação, pois, além de escolher o que seria noticiado, a imprensa passou a hierarquizar visualmente a leitura dos fatos relevantes do mundo (figura 11). "A paginação horizontal e a preocupação por colocar as peças principais no espaço superior das páginas marcam uma nova etapa no grafismo de imprensa, no qual a hierarquização da informação e a funcionalidade gráfica são elementos presentes" (SOUSA, 2001, p. 345).

Quando o jornalista define qual o espaço a ser preenchido pela pauta já está dando forma e significados pelo visível. A posição, o tamanho e o esforço empenhado nos modos de apresentar a reportagem lhe conferem uma relevância editorial que é notada, em primeira instância, pelo contato visual. A manchete é um exemplo claro dessa relação do leiaute com a narrativa e o discurso. Está implícito pelo espaço ocupado: *esta é a história mais importante de hoje.*

Figura 11 – paginação vertical e paginação horizontal

Fonte: reprodução *O Povo* (2013) e Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

A atividade do design é uma dimensão determinante da visualidade do jornalismo. No século XX, os designers agregaram à área os paradigmas formais da modernidade e do projeto de produto, da mesma forma como os fundamentos do design industrial fizeram-se onipresentes para os bens de consumo. O jornalismo passou a se organizar enquanto empresa e a embalagem das notícias necessitou de um padrão comercial. A entrada da publicidade modificou os leiautes, mas só podemos falar mesmo de design enquanto atividade e disciplina no século XX com a criação de centros específicos de estudos da forma.

No senso comum, a palavra é associada a desenho. Embora haja essa tradução, o uso indiscriminado com esse sentido não é aceito pelos designers. Afinal, o desenho é também dotado de um design, mas não é o design em si. As concepções teóricas (BONSIEPE, 1997; FLUSSER, 2007) concordam que se trata da atividade de dar forma às coisas. O designer tem a função de planejar e executar o processo de tornar a matéria algo inteligível a partir de um projeto. Essa é uma concepção ampla que não o circunscreve em um período histórico, mas mostra que estratégias de design sempre estiveram presentes na humanidade como método para moldar a cultura. "O design, como todas as expressões culturais, mostra que a matéria não aparece (é inaparente), a não ser que seja informada, e assim, uma vez informada, começa a se manifestar (a tornar-se fenômeno)" (FLUSSER, 2007, p. 28).

É curioso que, para a filosofia, informação signifique "dar forma à" (HOUAISS, 2013, on-line), pois a matéria-prima do jornalista é a informação, mas para a comunicação o sentido de informação é "instruir, cientificar" (HOUAISS, 2013, on-line). Para Flusser (2007, p. 28), "se 'forma' for entendida como o oposto de 'matéria', então não se pode falar de design 'material', os projetos estariam sempre voltados para informar". O design é um método "de dar forma à matéria e de fazê-la aparecer como aparece, e não de outro modo". Designers e jornalistas, nessa concepção, apresentam papel semelhante: os primeiros informam a matéria, dão configuração a algo para torná-lo inteligível; os segundos informam fatos e ideias para tornar a vida em sociedade inteligível. O designer está preocupado com o *como* as formas aparecem e o jornalista com *o que* deve aparecer ou com *o que* é passível de ser *informado* pela notícia. Ambas as profissões pretendem comunicar, uma pela própria matéria (o que) e o outra pela forma (como). Pode-se concluir que forma e conteúdo são sempre informativos no sentido comunicacional, cada um a seu modo.

Os estudos associam o planejamento visual em jornalismo à área do design gráfico denominada design editorial (CALDWELL & ZAPPATERRA, 2014). O design gráfico pode ser entendido como a área que projeta produtos gráficos, tais como cartazes, capas, livros, revistas (VILLAS-BOAS, 2003). Na segmentação do design editorial, o objeto do projeto são

publicações em suporte impresso ou digital, periódicos ou não (GRUZYNSKI & CALZA, 2013). Nessa área, na maioria das vezes, o profissional não influencia o conteúdo textual, e mesmo a visualidade tem limitações quanto à manipulação. A atuação é mais decisiva na preparação do projeto gráfico que será seguido periodicamente com a coordenação de editores repórteres e editores. O raciocínio de selecionar, hierarquizar e decidir o estilo estético para apresentar o conteúdo é desenvolvido pelo editor, subeditor e/ou o repórter. O designer discute e executa o plano desenvolvido por esses profissionais com autonomia restrita, mas conforme veremos no decorrer deste estudo, o contexto vem se modificando com o desenvolvimento de equipes multidisciplinares.

Para a cultura profissional do jornalista, o design deve ser produzido como informação útil, e não apenas como recurso estético para adornar e tornar legíveis os textos. Essa diferença da produção gráfica jornalística se coaduna com os objetivos de outra área específica, o design da informação, segmento em que o designer possui autoridade sobre o conteúdo. Horn (1999, p. 25) pontua a tensão existente entre os formados com princípios das artes e os profissionais da comunicação preocupados com a eficiência da mensagem para o público. O planejamento do design da informação deve considerar aspectos de estilo e estética como secundários em relação aos princípios de clareza precisão, legibilidade, compreensão e simplicidade. Muitas vezes uma preferência estética, como tipo da fonte ou tamanho, pode dificultar o processo de aquisição de informação nos produtos jornalísticos, pois lidam com públicos distintos. O designer da informação, assim como o jornalista, deve estar atento a esses pontos, pois em ambas as profissões a informação é produzida para ser usada e gerar conhecimento.

Outro conceito aplicado nesse campo é o de design de notícias (FREIRE, 2007, MORAES, 2015), termo apropriado à cobertura do dia a dia por ter a notícia como alvo e deixar pouca margem para uma tomada de decisão que vá além da montagem. Um termo que soa mais abrangente seria design jornalístico (RUIZ, 2002, FREIRE, 2007, 2009), pois pode ser aplicado a todas as modalidades de jornalismo, seja de produção diária ou em projetos especiais, podendo ser até subdividido: design jornalístico para impressos, design jornalístico televisivo. Ou seja, o design enquanto disciplina deve ser respeitado nas atividades jornalísticas, promovendo a existência de equipes multidisciplinares para realizar a tarefa em todos os suportes.

Boa parte daquilo que se conceitua como design da informação conversa consensualmente com as ideias de um design jornalístico. Quando o designer atua no campo do jornalismo, ele não tem toda a liberdade de planejamento e criação, conforme vimos, porque a pauta e a produção de informações são domínio dos jornalistas. Entretanto, ambos têm papel

semelhante ao frisado como princípio básico do infodesign pela Sociedade Brasileira de Design da Informação, que é de "otimizar o processo de aquisição da informação" (SBDI, 2006, apud QUINTÃO & TRISKA, 2014, p. 109). Para Herrera (2013, p. 111-112, apud SOUZA et al., 2016), "design da informação é a arte de organizar, selecionar, otimizar e transformar dados complexos em informação mais fácil, útil e efetiva, com a intenção de satisfazer as necessidades e objetivos do usuário de acordo com um contexto". No caso do jornalista a diferença é que, ao invés de dados complexos, os profissionais selecionam e facilitam a comunicação de fatos de interesse público forjados em uma cultura própria desse campo, que define o que é notícia ou o que é passível de se transformar em uma reportagem. Porém, o design da informação tem objetivos aplicáveis a diferentes artefatos e espaços, tais como documentos e publicações, interações em interfaces computacionais e, ainda, nas sinalizações que ajudam a localização em espaços tridimensionais (HORN, 1999, p. 15-16). Ou seja, opera em esferas distintas do jornalismo, assim como o design editorial. Por isso não seria apropriado dizer que design jornalístico é sinônimo de design da informação. Podemos afirmar que o design da informação e o design editorial produzido no campo do jornalismo são um design jornalístico, vistas as suas peculiaridades em relação a outros campos de atuação do design.

Alguns autores preferem buscar uma nova nomenclatura para designar as atividades produtoras de visualidade dentro do campo jornalístico. Para Guimarães (2013), o design não era um conhecimento essencial, mas diferencial para o jornalista. No contexto atual de valorização da imagem e dos aspectos estéticos, ele se revela um domínio fundamental. O autor prefere denominar esse campo como jornalismo visual, assim como Caldwell & Zappaterra (2014). Guimarães (2013, p. 3) propõe uma ampliação do conceito, incorporando "toda produção de informação em que a imagem é elemento fundamental, concordando, certamente, que o infográfico seria a 'nata' do jornalismo visual". Isso incluiria imagens utilizadas em cenários do telejornalismo, por exemplo, porém não abrange a reportagem televisiva em si. Desse modo, o jornalismo visual seria caracterizado por conteúdos jornalísticos apresentados como informação captada em sua totalidade pela visão.

Em um breve estado da arte, Guimarães faz apontamentos sobre as dimensões profissionais, educacionais e de pesquisa do jornalismo visual. Em sua análise, essa área ainda não apresenta bases teóricas consolidadas. Os estudos costumam se debruçar sobre aspectos isolados, como fotografia, design gráfico e ilustração. Cadwell & Zappaterra (2014) defendem que seria mais simples chamar o design editorial de jornalismo visual. Essa visão exclui uma série de publicações, tais como catálogos, livros, manuais, encartes, produtos muitas vezes sem vínculo com os paradigmas do jornalismo. Considera-se inadequado que design editorial seja

sinônimo de jornalismo visual – este é um dos seus campos de atuação, sendo a área mais expressiva do segmento, mas não a única.

É interessante observar que a nomenclatura utilizada quando as imagens eclodiram diante de revoluções tecnológicas era "jornalismo ilustrado". Isso ocorreu com a litografia da imprensa caricatural do século XIX e quando a fotografia passou a ser reproduzida em larga escala, no início do século XX. O termo continua atual para designar o campo de produção da visualidade no jornalismo, pois as publicações são ilustradas com imagens estáticas e em movimento e vivemos uma profusão de linguagens.

O termo em espanhol *periodismo gráfico*, que pode ser traduzido como "jornalismo gráfico", é apropriado por diferentes grupos de produtores visuais. No entanto, em espanhol essa designação também significa jornalismo impresso ou escrito na língua corrente e em estudos teóricos, o que pode causar certa confusão de campos. Nos programas das faculdades de jornalismo da Argentina[6], por exemplo, encontram-se planos de aula em que o *periodismo gráfico* se refere à produção verbal para veículos impressos, ao mesmo tempo em que a cadeira é também explorada nos termos do jornalismo visual proposto por Guimarães. Em outra vertente, a mesma expressão se refere apenas à produção fotojornalística ou televisiva em alguns espaços, como, por exemplo, a Associação de Periodistas Gráficos Europeus[7], que só admite fotógrafos e cinegrafistas. Há ainda menções ao jornalismo gráfico como aquele realizado a partir do desenho, tal como caricaturas, charges e *cartoons*, além das reportagens em quadrinhos. Cabrera & Lopez (2008, p. 122) associam o termo à infografia como o principal meio expressivo: "A busca de um jornalismo gráfico e as formas gráficas ou infografias, pretende contribuir com soluções para as análises que permitam aprofundar as novas formas de se fazer jornalismo"[8].

Nos Estados Unidos, o termo jornalismo visual (*visual journalism*) é utilizado por Harris & Lester (2002, p. 22) no manual *Visual journalism: a guide for a new media professionals*, nunca traduzido no Brasil, no qual consideram o avanço das tecnologias digitais como um impulso à constituição da área: "O ponto culminante da história do jornalismo visual é a convergência de funções técnicas, operacionais e sociais para fins de comunicação de massa". A possibilidade da combinação de palavras e imagens nos computadores, para os autores, aproximou as funções na redação. "Fotojornalistas, escritores e designers gráficos que

---

[6] CASTAGNO, Tattiana Rodriguez. **El lenguaje del períodismo gráfico**: Taller de lenguaje e produción gráfica. Universidade Nacional de Cordobá, Argentina. Disponível em: http://abre.ai/aBFg. Acesso em: 15 dez. 2019.
[7] Conferir https://apge.org, acesso em janeiro de 2019.
[8] Tradução livre.

costumavam se separar, agora precisam aprender a trabalhar juntos da maneira mais tranquila possível com os computadores". A compreensão da abrangência dessa mudança leva Harris & Lester (2002, p. 22) a considerarem a importância da formação. "É claro que os jornalistas tradicionais devem se tornar jornalistas visuais ou eles simplesmente não serão capazes de acompanhar as mudanças ao seu redor"[9].

Trata-se, portanto, de uma área interdisciplinar, não circunscrita a um território e com conceitos abrangentes o suficiente para as especificidades de um campo atravessado por várias profissões: jornalistas, designers, fotógrafos, ilustradores. No Brasil isso é latente, pois é incipiente a bibliografia nacional sobre o tema, embora tenha crescido nos últimos anos em investigações sobre jornalismo de suporte digital e sobre design de jornais. Gruszynski et al. (2016, p. 49) lembram que Collaro (1987), Silva (1985), Ribeiro (1987) e Erbolato (1981) foram autores que, durante anos, tiveram suas obras indicadas na bibliografia de planejamento gráfico nos cursos universitários. São livros de conteúdo técnico que funcionam como manuais de forma. "Isso ilustra que na formação dos jornalistas no país esta área não foi/é prioritária, sendo muitas vezes encarada como atividade técnica". Melo (2008, p. 184) colabora com essa ideia quando analisa a revista *Realidade* (1966-1976), um dos principais ícones visuais do jornalismo brasileiro, e especula sobre a ausência das equipes de arte na historiografia do design. Havia falta de formação acadêmica, o que poderia ajudar a entender "a pouca preocupação deles próprios para com o registro e a reflexão sobre sua própria produção" e, além disso, "a ausência de discursos teóricos que os lastreassem e avalizassem" pode ter causado desvalorização.

Na concepção de Harris & Lester (2002, p. 3), uma "gramática visual" não foi desenvolvida por produtores de imagens, como ocorreu com a tipografia de Gutenberg. "As pessoas aprenderam a ler palavras, mas nunca aprenderam a ler imagens". A localização espacial da oficina, onde se montavam as páginas longe da redação, evidenciou essa separação. Na medida em que a oficina se estabelece no computador, as áreas passam a trocar mais informação e enfim, a trabalhar juntas. "Jornalistas visuais e designers gráficos devem estar envolvidos em discussões sobre como uma história pode ser coberta. Na maioria dos casos, devem estar envolvidos no relato e ser incentivados a fazer perguntas" (HARRIS & LESTER, 2002, p. 4). Nas entrevistas para esta tese, os produtores visuais afirmam que a voz dentro da redação foi algo conquistado com o crescimento do digital e a entrada de designers formados na redação.

---

[9] Tradução livre.

Harris & Lester (2002, p. 4) lembram que repórteres precisam ser cobrados para "se tornarem visualmente astutos e devem ser encorajados a coletar informações gráficas". Quanto à formação, aconselham os graduados em jornalismo a serem alfabetizados visualmente, sendo para isso necessário "detectar, selecionar e perceber uma mensagem visual e trabalhar com câmera, computador e *software*, pesquisar banco de dados, fazer gráficos informativos, combinar palavras com histórias e criar leiautes e designs para mídia impressa e de tela".

Neste trabalho, considera-se que a visualidade do jornalismo, seja veiculado no impresso ou em ambiente digital, é um híbrido verbo-visual. Na atualidade, incorpora em sua narrativa imagens estáticas e em movimento, assim como o design gráfico, como elementos narrativos em diferentes gradações. Esta investigação só não se interessa pela visualidade praticada pelo telejornalismo, que é visual, embora a produção, circulação e consumo tenham particularidades muito distintas dos veículos de tradição escrita. Entretanto, vídeos fazem parte das grandes reportagens multimídia e devem ser incorporados nas análises. Acredita-se na ideia de Guimarães (2013) de que gráficos, infográficos e imagens explicativas produzidas pelo telejornalismo deveriam ser objeto de investigação do jornalismo visual. No jargão da área, essas peças são conhecidas como "arte" e apresentam função estética (composição do cenário), além de explicativa ou didática (gráficos, animações, caracteres). É comum um apresentador de telejornal dizer que prepararam uma "arte".

Entre os termos expostos, os mais abrangentes para esta investigação são jornalismo visual e jornalismo gráfico. Já o design jornalístico seria um dos elementos fundamentais, assim como o fotojornalismo e outras iconografias. Neste trabalho prefere-se o termo jornalismo visual, porque a pesquisa observa as transformações nas narrativas visuais da imprensa de grande reportagem, ou seja, como utiliza-se a visualidade para contar histórias. Também busca-se uma aproximação com a área originalmente conhecida como programação ou planejamento visual. Admite-se, como conceito norteador, que o jornalismo visual é uma área de especialização destinada à produção de informações representadas por expressões visuais, tais como iconografias (fotografias, ilustrações, infográficos, videografias, quadrinhos, vídeos, animações) e pelo design (leiaute, tipografia, formato, diagramação, cor, materiais de impressão e os demais elementos do projeto gráfico). É a partir desses elementos, em interação com a cultura visual vigente, que se procura entender as características e transformações do jornalismo visual da grande reportagem brasileira.

3 PÁGINAS DE UMA CULTURA VISUAL

3.1 DENSIDADES CULTURAIS DO JORNALISMO VISUAL

Esta tese busca colocar a visualidade como um dos valores fundamentais da profissão do jornalista. Uma prerrogativa baseada no desenvolvimento exponencial dos recursos visuais nas narrativas da imprensa. É preciso reconhecer que, apesar de o jornalismo valorizar as imagens e o design como recurso de sua intenção comunicativa, por um longo período esse fenômeno não chamou a atenção de pesquisadores brasileiros, cujo principal objeto de estudos continua sendo o texto escrito. Ao trabalhar o conceito de jornalismo visual, surgiu o questionamento sobre como a incorporação de uma visão informativa ilustrada foi aceita pelos jornalistas como dado científico, campo de estudo e elemento fundamental da cultura da profissão.

Embora seja bastante expressiva a quantidade de "histórias" contadas por meio de formas visuais, sequenciadas ou únicas, a oralidade foi a principal forma de transmissão de conhecimento até a invenção da prensa, em 1450. O historiador Peter Burke (2004) observa o longo período em que seus colegas foram receosos quanto ao uso de imagens como indício histórico, dadas as invisibilidades nelas contidas. Como disse o fotógrafo estadunidense Lewis Hine: "As fotografias não mentem, mas mentirosos podem fotografar". O fato de a produção de imagens conter a subjetividade e o controle de seus criadores e patrocinadores as tornaria uma evidência histórica questionável. Burke dedicou o livro *Testemunha ocular* (2004) a defender a visualidade como evidência histórica, no mesmo patamar de textos e testemunhos orais. "Porque uma imagem é necessariamente explícita em questões que podem ser mais facilmente evitadas em textos. Imagens podem testemunhar o que não pode ser colocado em palavras" (BURKE, 2004, p. 38). As próprias distorções trazem evidências de pontos de vista vigentes no período de produção.

Algumas imagens produzidas para grandes reportagens geraram distorções. Exemplo histórico são as fotografias elaboradas pela revista *O Cruzeiro* na cobertura política dos governos de Getúlio Vargas, de 1930 a 1945 e de 1950 a 1954. A revista promoveu uma "indistinção das fronteiras entre o público e o privado", segundo Costa & Burgi (2012, p. 125), transformando a política em um espetáculo – como pode ser observado nas fotografias da grande reportagem fotográfica "Vargas rumo ao Catete" (figura 12).

Figura 12 – leiautes de *O Cruzeiro* (1951, nº 17)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

A narrativa visual criada para mostrar Getúlio de volta ao poder, depois de eleito, se concentra em oito páginas, embora o texto siga ao longo da revista em mais três páginas desordenadas (p. 22, 24 e 104). Os repórteres seguem seus passos e elaboram uma atmosfera de alegria e acolhimento do "antigo" ditador. Entre compromissos políticos e encontros com "brotinhos", cria-se uma imagem pacificadora, inclusive fechando a narrativa com o aperto de mãos de seu ex-ministro e depois inimigo no fim do Estado Novo (1937-1945), Eurico Gaspar Dutra. Para Costa & Burgi (2012, p. 125), "as revistas ilustradas mostram-se não exatamente como veículos de documentação da política, mas sobretudo como ferramentas para a produção de 'fatos', de viés sensacionalista, capazes de interferir no jogo do poder". Tanto para o historiador quanto para os comunicólogos, as fotografias apresentam dados relevantes pelo que mostram e escondem. O exemplo corrobora com a afirmação de Burke sobre a imagem apresentar evidências de visões de uma época a partir das distorções.

Portanto, no estudo de narrativas visuais, deve-se ponderar que "a arte da representação é quase sempre menos realista do que parece e distorce a realidade social mais do que refleti-la" (BURKE, 2004, p. 37). O conselho para historiadores é válido para pesquisadores de áreas que exploram a visualidade como indício científico. Nos estudos de

comunicação, esse é um eixo de investigação que busca reconhecer os sentidos das imagens, assim como o visível e o invisível no visual jornalístico, sobretudo fotojornalístico – uma interpretação que passa pelo exame das imagens e das intenções de seus produtores e patronos, dos olhos do público e das características socioculturais.

Embora pareça óbvia a importância dos elementos visuais para a produção de conhecimento histórico, Burke (2004) constatou no periódico *Past and Present,* referência em escritos acadêmicos de história, a ausência total de artigos que incluíssem imagens entre 1953 e 1975. Nos anos 1970 foram anotados dois e, na década de 1980, o interesse aumentou, apresentando 14 aparições. No Brasil, Burke ressalta o interesse do sociólogo e historiador Gilberto Freyre (1900-1987) por pinturas e fotografias como evidência histórica na década de 1930.

O valor do visual como dado relevante da cultura e, consequentemente, como objeto de atenção de pesquisadores, ganha fôlego apenas no final do século XX. Diante da proliferação de imagens propiciada pela fotografia e pela reprodução em massa, não poderia ser diferente. Os primeiros trabalhos com ênfase em estudos visuais ocorreram de forma mais significativa nos anos 1990, embora esporádicas abordagens já tangenciassem a questão nos anos 1980 (MONTEIRO, 2008). John Berger lançou, em 1972, o livro *Modos de ver*, um marco da abordagem visual, composto por sete ensaios, sendo três deles totalmente visuais. Na obra, explica que toda imagem carrega consigo um modo de ver de quem as produziu, uma marca subjetiva de um fotógrafo, pintor ou designer, mas também é fruto de quem a vê. "Embora todas as imagens corporizem um modo de ver, a nossa percepção e a nossa apreciação de uma imagem dependem também do nosso próprio modo de ver" (BERGER, 1972, p. 14).

Jessica Evans e Stuart Hall (1999) organizaram uma obra dedicada aos estudos da cultura visual, considerando-a uma construção social – ou seja, a visão do espectador, seu olhar, é uma construção cultural produzida socialmente. Ver é algo dado, incontrolável, mas o que se observa é resultado de produções sociais. No caso do jornalismo, como vimos no capítulo anterior, as práticas historicamente arraigadas à cultura da profissão ajudam na construção da realidade, ou seja, a interpretação jornalística da realidade. A visualidade da imprensa é uma poderosa construtora de significados e pode, inclusive, influenciar os modos de ver.

Quando a ideia de "cultura visual" ganha sentido como um campo de estudos para diversos autores (MIRZOEFF, 2002; MITCHELL, 2006 [2002]; JAY, 2005), as abordagens passam a defender a natureza interdisciplinar da proposta. Martin Jay (2005), historiador da Universidade da Califórnia, situa os estudos visuais em um entrelaçamento de disciplinas, tais como história da arte, fotografia, cinema, mídia, filosofia da percepção, antropologia dos

sentidos e estudos culturais. As pesquisas nessa área não seriam mais fundadas na tradição da análise de objetos de arte ou a partir da teoria estética.

Mirzoeff (2002, p. 19) identifica como interesse da cultura visual "os acontecimentos visuais nos quais o consumidor busca a informação, o significado ou o prazer, conectado com a tecnologia visual." O **jornalismo visual** neste trabalho é concebido como um **acontecimento visual** e, portanto, é defendido como um objeto que pode ser observado sob a ótica da cultura visual. Seus formatos de visualização são destinados à função informativa, mas também estética, e, para tanto, utilizam-se de elementos visuais em grande intensidade. Embora o reconhecimento tenha sido lento no Brasil, o crescimento dos departamentos de arte e dos desenvolvedores de interfaces digitais dentro das redações do mundo demonstra como a atenção dos periódicos à produção visual jornalística ganhou valorização. Desse modo, a máxima do design do arquiteto Louis Sullivan (1856-1924), "a forma segue a função", apresenta uma dupla identidade no jornalismo visual: forma tem função informativa e de persuasão estética. Um dos argumentos para que jornalistas aceitem cortar seus textos é justamente a constatação de que será mais lido com um visual que desperte a curiosidade do leitor. Nas grandes reportagens destacadas aqui, a função persuasiva do jornalismo visual se conecta diretamente ao conteúdo textual, porém cria sua própria narratividade visual.

Mirzoeff (2003, p. 19) enxerga tecnologia visual como "qualquer forma de aparato desenhado para ser observado ou para aumentar a visão natural, desde a pintura a óleo até a televisão e a Internet". Seria o jornalismo visual uma "tecnologia visual", já que organiza conteúdos visuais, os estetiza de acordo com padrões e cria um modo de leitores verem o mundo? O jornalismo visual qualifica a visão natural, tornando visíveis fatos e discussões que considera relevante. Aqui, ao invés de focar em uma tecnologia visual, prefere-se entender o campo como um conjunto de práticas culturais e regras profissionais construídas ao longo do tempo e em permanente modificação de suas tecnologias.

No Brasil, Monteiro (2008) e Pegoraro (2011) produziram artigos-síntese dos principais teóricos, estudos e movimentos acadêmicos em prol da pesquisa em cultura visual, publicados na revista *Domínios da Imagem*, da Universidade Federal de Londrina (UEL). Monteiro (2008, p. 133) lembra a pesquisa desenvolvida por Dikovitskaya (2001) para sua tese de doutorado, quando entrevistou pesquisadores da área visual com o *visual questionnaire*. As entrevistas foram incluídas em seu livro *Visual culture: the study of the visual after the cultural turn* (2005). Três grupos apareceram como dominantes: 1 – considera a cultura visual como uma expansão apropriada da história da arte; 2 – enxerga como campo independente da história

da arte e dedicado a tecnologias da visão em suporte digital e virtual; 3 – entende a cultura visual como um campo que desafia a tradicional disciplina de história da arte.

Essas divergências ajudaram a construir o campo e as suas correntes. Para Pegoraro (2011, p. 51), há duas perspectivas sobre os Estudos Visuais. "Uma restringe seus objetos ao contemporâneo, principalmente através da imagem virtual e digital." Seria a corrente de Nicholas Mirzoeff. O segundo ponto de vista "sugere analisar as experiências visuais em situações, contextos e períodos históricos diversificados". A autora cita David Rodowick, W. J. T. Mitchell e Martin Jay como exemplos dessa estratégia acadêmica.

Outra distinção importante é a denominação da área de estudo. Mitchell (2006, p. 3) situa o campo como Estudos Visuais e seu objeto como Cultura Visual: "Os estudos visuais são o estudo da cultura visual". Entretanto, o autor pondera que, "na prática, é claro, confundimos frequentemente as duas coisas, razão pela qual prefiro ampliar o termo 'cultura visual' de modo a abranger tanto a área como seu conteúdo e deixar que o contexto esclareça seu significado", ideia compartilhada neste trabalho. Já Mirzoeff (2002) não determina distinções e denomina o campo de Cultura Visual devido ao peso da palavra, de acordo com Pegoraro (2011).

Monteiro (2008) acredita na contribuição da cultura visual para o entendimento dos processos de mudança social, impactos econômicos e dinâmica das relações interculturais, porque a imagem pode ser considerada um artefato cultural. Do mesmo modo, arrisca-se aqui emparelhar o design como parte dessa "imagem-artefato" para que não somente a fotografia, as ilustrações e as pinturas tenham vez como objetos de estudo, incorporando o design de página como elemento da cultura visual. Desse modo, ao analisar os leiautes da grande reportagem, o artefato cultural é composto de uma imagem visível a partir do resultado dos processos de planejamento visual de produtores que também são espectadores do mundo da vida e buscam responder aos desejos dos leitores.

Thierry Gervais (2007) realizou um estudo detalhado do uso de imagens produzidas entre 1843 a 1914 no periódico francês *L'Illustration* e, em sua análise, pondera que as relações entre os elementos nas revistas ilustradas, integrando-se como um todo, transformaram a página em si em uma imagem, já naquela época. O folhear torna-se algo lúdico em uma publicação de informação que era associada a jornais e livros quase sem atrativos imagéticos. A página passa a ser um espetáculo visual, e o leitor, um espectador que fixa o olhar nas infomações que mais lhe chamam a atenção, mudando o hábito da leitura linear. Ao pensar a página como uma imagem, temos a configuração de um artefato cultural cuja expressão será alimentada pelos padrões e hábitos do jornalismo visual.

Quanto aos métodos de produção de conhecimento nesse campo, Mitchell (2006, p. 18) lembra que os estudos visuais "não são meramente uma 'indisciplina' ou um suplemento perigoso das disciplinas que abordam a visão de uma ótica tradicional"; seriam uma "interdisciplina", que usa suas fontes e as de outras disciplinas para "construir um novo objeto de investigação específico". É isso que está em curso neste trabalho: a adesão a ideias sobre imagem, jornalismo e design para observar especificamente o jornalismo visual praticado em um espaço criativo, como é o da grande reportagem.

Uma das primeiras constatações ao conhecer grandes reportagens realizadas no Brasil é sua apresentação visual cada vez mais diversificada. Mirzoeff (2003, p. 19) considera que "a distância entre a riqueza da experiência visual na cultura pós-moderna e a habilidade para analisar esta observação cria a oportunidade e a necessidade de converter a cultura visual em um campo de estudos". Embora artefatos visuais sejam analisados de forma independente, "surge a necessidade de interpretar a globalização pós-moderna do visual como parte da vida cotidiana". Estaríamos em um período eminentemente visual da história? Por isso faz sentido abordar o "jornalismo visual".

Nicholas Mirzoeff (2003, p. 17) considera que, no cenário contemporâneo, "a vida se desenvolve na tela". Cada vez mais nossa experiência é mediada por artefatos visuais. As relações duradouras das pessoas com as horas em frente à televisão, o engajamento crescente na internet, a sociedade da vigilância, representada por câmeras de segurança espalhadas por todos os lugares, tornam a experiência humana "mais visual e mais visualizada". Horas de trabalho e lazer incluem telas em uma interação visual intensa. "Neste espiral do imaginário, ver é mais importante que crer. Não é uma mera parte da vida cotidiana, senão a vida cotidiana em si mesma".

Essa ode à visualidade observada por Mirzoeff não significa que os estudos visuais considerem a visão o sentido mais importante da modernidade. Mitchell (2006) considera um mito atribuir ao visual o *status* de hegemônico e associa essa ideia à crença de "um domínio dos meios visuais e do espetáculo sobre as atividades verbais do discurso, escrita, textualidade e leitura", frisando ainda que entusiastas desses pensamentos consideram a audição e o tato "fadados à atrofia na era da visualidade" (MITCHELL, 2006, p. 9). O autor denominou essa crença de **falácia da tendência pictórica**. Na argumentação, lembra que episódios históricos sempre estiveram ligados à pictorialidade, seja na visibilidade de um Deus invisível ou no mito da caverna, de Platão. Burke (2016) também resiste à ideia de que tenha havido algum período histórico que possa ser considerado eminentemente visual. "A tendência pictórica ou visual não

é então, característica do nosso tempo. É uma figura narrativa reiterada que toma uma forma bastante específica nos dias de hoje" (MITCHELL, 2006, p. 11).

Porém, seria leviano não considerar a modernidade um campo frutífero para os domínios da visão, a julgar, inclusive, o campo de estudos aqui defendido. Para isso, Mitchell (2006, p. 12) sugere que: "Viver em qualquer cultura que seja é viver em uma cultura visual, com exceção talvez de alguns raros exemplos de sociedades de cegos, que por esta mesma razão já merecem atenção especial em qualquer teoria da cultura visual". Ao desconstruir a hegemonia da visualidade, o autor lembra que "uma empreitada importante é a de se descrever as relações específicas da visão com os outros sentidos, especialmente a audição e o tato, da maneira em que são elaboradas em determinadas práticas culturais". O cinema, por exemplo, desenvolve impacto sensorial na associação entre som e imagem. Em grandes reportagens multimídia, a visualidade pressupõe meios audiovisuais em interação no projeto. Há, ainda, a importância do tato na navegabilidade das páginas da web. Portanto, admitem-se neste trabalho análises do jornalismo visual associadas a elementos audiovisuais, desde que não sejam eles próprios o principal corpo de comunicação, porque assim estaríamos no campo do rádio, televisão ou vídeos.

Ao reconhecer neste estudo características do campo da cultura visual, buscam-se as bases da construção da visualidade no jornalismo à luz dos paradigmas profissionais, da imagem e do design para entender como se relacionam com a **cultura visual jornalística** na produção da reportagem – um aspecto pouco abordado na literatura científica jornalística, pelo menos no Brasil. Consideram-se como cultura visual jornalística costumes e crenças arraigados à prática profissional e ao consumo dos elementos visuais do jornalismo. É o culto a determinadas experiências estéticas visuais. Ou seja, as bases culturais pelas quais o jornalismo visual se expressa. Este enfoque pretende minimizar o determinismo tecnológico que paira, muitas vezes, como única causa das revoluções na comunicação visual.

3.2 CULTURA VISUAL NOS PRIMÓRDIOS DA REPORTAGEM

Para entender a cultura visual de um campo no qual o olhar do público faz parte da intenção comunicativa, é profícua a discussão sobre como os modos de ver são fundados na sociedade. Um estudo primordial nesse sentido está na obra do historiador Jonathan Crary (2012, p. 11), *Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX*, publicada originalmente em 1990, que aborda "a visão e sua construção histórica". O autor esclarece que

a discussão se limita a acontecimentos anteriores a 1850, porém "foi escrito em um momento no qual a natureza da visualidade se transformava provavelmente de modo mais radical do que na época da ruptura entre a imagética medieval e a perspectiva renascentista". As conclusões ajudam a entender que a formação de um "observador" é um complexo de relações sociais e culturais que vão além da história tradicional baseada em "rupturas" e "características essenciais" de uma época. "Algo como: com Manet, o impressionismo e/ou pós-impressionismo, surge um novo modelo de representação e percepção visual que constitui uma ruptura com outro modelo de visão" (CRARY, 2012, p. 13)."

O autor não nega a "ruptura" modernista na arte, porém considera "fundamental ver os dois fenômenos como componentes superpostos de uma única superfície social, na qual a modernização da visão tinha começado décadas antes." O processo de construção do observador moderno seria um fenômeno que se constitui desde o início do século XIX, ou seja, antes de Manet e da fotografia. Uma "história da visão" não seria determinada apenas por "mudanças nas práticas de representação" (CRARY, 2012, p. 14).

O jornalismo se desenvolve no período apontado por Crary (2012), portanto, antes da fotografia. Ciro Marcondes Filho (2009) chama de Primeiro Jornalismo (1789-1830) o período marcado, em sua concepção, pela raiz político-literária, pela profissionalização, pelos paradigmas da racionalidade (verdade e transparência), pela crítica à política e pela confiança no progresso. Nesse tempo embrionário, o jornalismo não visava necessariamente o lucro. As preocupações pedagógicas e políticas eram mais acentuadas. A cultura visual da imprensa era baseada na composição dos livros, ainda sem uma identidade própria. As imagens não eram reprodutíveis com facilidade e os recursos visuais da profissão limitavam-se, basicamente, ao uso elegante da tipografia e à acuidade na distribuição do texto.

Esse processo contribuiu para o culto à estética da composição textual. Evitando parágrafos longos, buscando o uso racional do papel e a legibilidade, a própria argumentação discursiva precisou "informar-se" em um tamanho específico que coubesse na página adequada racionalmente ao formato facilitador do processo de impressão tipográfica. A produção tipográfica basicamente cultua as fontes, o desenho das palavras e a disposição legível dos elementos e é determinada por uma relação espacial táctil e tridimensional com o objeto visual. O texto começa na capa e segue como em um livro.

Melo & Ramos (2011) lembram que a impressão e a imprensa ficaram proibidas no Brasil até a chegada da corte, em 1808. Os paradigmas visuais do Primeiro Jornalismo são marcados pelas regras tipográficas elaboradas por uma palavra bem composta na página. E suas bases permanecem até hoje no design editorial, em elementos tais como o entrelinhamento,

margens, nitidez e alinhamento. Em *Linha do tempo do design gráfico no Brasil* (2011), Chico Homem de Melo e Elaine Ramos destacam quatro jornais que expõem o estilo dessa fase no país: *Gazeta do Rio de Janeiro* (1808), *Idade d'Ouro no Brasil* (1821), *O Maribondo* (1822) e *Aurora Fluminense* (1855) (figura 13). Com eles chegaram os primeiros aparelhos tipográficos e o número de jornais aumentou. Um crescimento "acompanhado por uma correspondente diferenciação dos perfis editorial e visual. A comparação entre os quatro títulos destas páginas revela uma ampliação ainda tímida do elenco dos recursos gráficos" (MELO & RAMOS, 2011, p. 29).

Figura 13 – jornalismo visual no século XIX

Fonte: Reprodução de Melo & Ramos (2011), exceto Gazeta do Rio de Janeiro. Reprodução da Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

É no Segundo Jornalismo (1830 a ± 1900), conforme argumenta Marcondes Filho (2009), que a imprensa de massa se consolida e passa a corresponder às necessidades de estímulos visuais da modernidade que se avizinhava. O jornal desenvolve o logotipo e investe em chamadas de primeira página. A criação de uma série de gêneros diversifica a composição dos jornais, com enquetes, entrevistas e as próprias manchetes. A reportagem é criada nesse período, no qual o jornalismo aumenta suas tiragens, constitui-se como empresa que precisa dar lucro, e a informação passa a ser compreendida como mercadoria.

A imprensa do século XIX no Brasil usa majoritariamente a ilustração obtida por litografia[10] como meio principal de expor suas opiniões políticas. Três representantes são fundamentais no desenvolvimento da ilustração e do design de páginas no século XIX no Brasil: o alemão Henrique Fleiuss – *Semana Illustrada* –, o italiano Angelo Agostini – *Revista Illustrada* e *D. Quixote* – e o português Raphael Bordallo Pinheiro – *O Besouro* (figura 14), todos estrangeiros que trouxeram suas vivências. Bordallo residiu apenas quatro anos no Brasil, mas deixou forte legado ao design brasileiro.

Há uma peculiaridade que diferencia o modo de constituição da imprensa brasileira da norte-americana, influenciada diretamente pelo modo de impressão. Andrade (2004, p. 52) explica que, nos Estados Unidos, a imprensa satírica adotou a litografia e os periódicos noticiosos a xilogravura, compatível com a tipografia e, por isso, amplamente utilizada para transpor fotos copiadas para impressão. Já no Brasil "os periódicos ilustrados litográficos, quase todos dando espaço à caricatura, se tornaram um sinônimo de imprensa ilustrada no geral, a partir das décadas de 1850 e 1860".

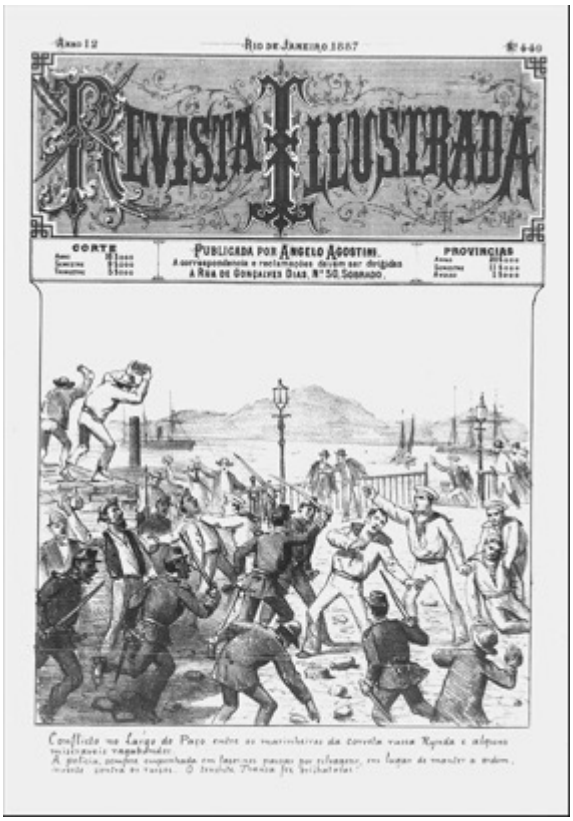
Para Andrade (2004), isso se deve à falta de profissionais para a arte da xilogravura e a ausência de vínculos familiares dos principais caricaturistas. Como todos eram estrangeiros, haveria um menor bloqueio para satirizar os acontecimentos e a "visão de fora" facilitava o senso crítico. Na cultura jornalística visual brasileira, as revistas foram as que mais exploraram os traços rebuscados e narrativos das ilustrações "reais" e as charges políticas, embora utilizassem a litografia. Andrade (2004) acredita que a inexistência de mão de obra especializada para transpor fotografias para a matriz xilográfica retardou o uso de imagens nos jornais brasileiros, enquanto na Europa e nos Estados Unidos já se publicavam xilogravuras que imitavam fotografias.

[10] Sobre os processos de impressão no Brasil no século XIX, conferir Andrade (2004).

Figura 14 – leiautes da imprensa ilustrada do século XIX

A – *O Besouro* (1878, n. 5, p. 1, 3, 6 e 7) – autor: Raphael Bordallo Pinheiro

B – *Revista Illustrada* (1876, ano 1, n. 1, e 1888, ano 13, n. 498), autor: Angelo Agostini



C - *Revista Illustrada* (1887, ano 12, n. 449, p. 1 e 8) – autor: Angelo Agostini

D - *Semana Illustrada* (1861, ano 1, n. 5, p. 1 e 8) – autor: Henrique Fleiuss

E - *Semana Illustrada* (03/03/1861, p. 1 e 8) – autor: Henrique Fleuss

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Enquanto no Brasil somente as revistas dominavam a impressão de imagens, nos Estados Unidos Thomas Nast (1840-1902), enviado para a Guerra de Secessão (1861-1865), produzia desenhos para o semanário *Harper's Weekly,* tentando levar o leitor ao *front* (figura 15). A força da imagem se mostrava lucrativa e o trabalho de Nast incentivou um aumento de 100 mil para 300 mil exemplares da publicação de Nova York (MEGGS & PURVIS, 2009).

Figura 15 – leiautes com ilustrações de Tomas Nast da Guerra de Secessão

Fonte: https://www.metmuseum.org/art/collection/search/429261

Apesar de a primeira caricatura impressa no Brasil ter sido publicada no *Jornal do Commercio,* do Rio de Janeiro, a revista foi o principal meio de difundir imagens. Os jornais continuavam um "tijolo" de letras miúdas. As amostras na figura 14 apresentam uma cultura visual jornalística com grande liberdade de expressão. Os ataques satíricos eram diretos e constantes no jornalismo visual opinativo da época. "Essa técnica abriu caminho, também, para os desenhos documentais, como o noticiário de crimes. As ilustrações de noticiários policiais eram apresentadas como narrativas visuais de um fato" (AZEVEDO, 2009, p. 85). Na *Revista Illustrada* n. 449, de 1887, a capa mostra uma briga no Largo do Paço, no Rio de Janeiro; a página 8 traz o ataque a um agente da polícia em "O lamentável acontecimento no Café Java". A reportagem textual ainda não era o principal conteúdo das revistas. "Havia casos, como de Angelo Agostini (…) em que o mesmo autor escrevia e desenhava. Mais para ver do que para ler, o resultado, quase sempre, eram instântaneos precisos daquele *fin-de-siècle*." (A REVISTA, 2000, p. 43).

Os sinais da visão como um sentido essencial da modernidade ficam claros na primeira edição da *Semana Illustrada* (1876) – figura 16 –, periódico do Rio de Janeiro. A capa é composta, em seu topo, por um busto vestido com um chapéu de tirolês, que segura a *Semana Illustrada* enquanto dá uma piscadela enigmática, enquanto outros dois ajudantes lhe entregam uma lanterna mágica[11] – duas referências associadas ao ato de ver. Nessa composição simbólica, o periódico encarna seu papel moderno de olhar o presente e convida o leitor a ver a revista. Andrade (2004, p. 124) considera a lanterna mágica na identidade visual um "importante indicativo do valor atribuído por seu editor Henrique Fleiuss aos aparatos óticos de seu tempo". Essa ilustração ficou inalterada até seu fim, em 1876, e o erro na palavra lanterna, grafado "laterna", nunca foi corrigido.

Figura 16 – capa da *Semana Illustrada* (nº 1, 1876)

Fonte: Cadernos de Comunicação: Série Memória[12]

[11] Lanterna mágica ou epidiascópio é um aparelho de projeção de imagens que pode funcionar por transparência ou reflexão (AURÉLIO, 2001).
[12] Disponível em: http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204434/4101427/memoria19.pdf . Acesso em 17 nov. 2018.

Na metade inferior da página, completa as referências a ilustração de um ser alado percorrendo o globo terrestre e examinando com um binóculo a América do Sul. Conforme concluiu Crary (2012), o observador da modernidade foi preparado anos antes, também a partir de aparelhos ópticos que expandiam a visão. "Neste universo onde estão presentes alguns dos aparatos ópticos que contribuíram para o estabelecimento da nova visualidade que se instaurou no século XIX, é natural que a fotografia encontrasse seu lugar" (ANDRADE, 2004, p. 125).

E encontrou um lugar central na vida moderna e na construção do ver na sociedade. Na concepção de André Rouillé (2009), autor de *A fotografia entre o documento e arte contemporânea*, embora a fotografia não satisfaça todas as necessidades de imagens do mundo contemporâneo, foi uma mola propulsora do modo de ver da modernidade, atendendo ao estilo de vida que se estabelecia com o desenvolvimento da sociedade industrial. Rouillé (2009) faz um importante análise de como a fotografia se aliou aos aspectos da modernidade e como mudou seus paradigmas de uma fotografia-documento para uma fotografia-expressão, termos cunhados por ele e bastantes úteis para entender o jornalismo no contexto desses paradigmas visuais. A fotografia-documento é uma concepção da imagem fotográfica como registro do real, transparente, calcada na objetividade e na crença na verdade documental – valorização que declina junto com a sociedade industrial. O autor evita desvalorizar a fotografia como documento, mas pondera que, "no plano das imagens e das práticas, mesmo o documento reputado como o mais puro é, na realidade, inseparável de uma expressão" (ROUILLÉ, 2009, p. 20). Assim, a fotografia-expressão admite a subjetividade do fotógrafo em diferentes formas artísticas de uso da fotografia, sem a preocupação com uma verdade documental.

A substituição da mão humana pela máquina produziu uma crença na "imagem sem homem", assim como uma imagem com valor de "verdadeira", balizada por um registro óptico e químico do real, além de outras características que serão analisadas adiante. Para Rouillé (2009, p. 34), "ao colocar uma máquina óptica no lugar das mãos, dos olhos e das ferramentas de desenhistas gravadores e pintores, a fotografia redistribui a relação que, havia vários séculos, existia entre a imagem, o real e o corpo do artista".

No caso da cultura visual jornalística, esse movimento só não rompe diretamente com a tradição anterior (da gravura) porque a fotografia só pôde ser reproduzida a partir de 1877 (ANDRADE, 2004). Porém, as transformações em curso foram mais profundas do que as relações produtivas na "oficina". O que essa tecnologia produziu, a fotografia, rompeu com antigos padrões das construções imagéticas. Conforme Rouillé (2009, p. 33), modernos e antimodernos "vão recusar-se a pensar na fecundidade de uma posição intermediária (ou mesmo reconhecê-la): aquela que veria a aliança legítima da máquina e do homem, aquela que

admitiria que arte e a fotografia não são inconciliáveis '*a priori*'". Assim, a fotografia no século XIX muda a forma de pensar a imagem de um viés "interpretativo", da mão humana, para o "objetivo", da máquina.

Na imprensa, essa transição é chave, inclusive, das mudanças que ocorrem na passagem do Primeiro para o Segundo Jornalismo (MARCONDES FILHO, 2009), quando se constitui enquanto empresa. Rouillé (2009, p. 33) destaca as declarações do jornalista, escritor e dramaturgo francês Jules Janin (1804-1874), de 1839, exaltando o daguerreótipo: "Nenhuma mão humana poderia desenhar como o sol desenha" e "nenhum olhar humano poderia ter mergulhado anteriormente nestas torrentes de luz". No Brasil, um registro importante do pensamento sobre a imagem na imprensa é do jornalista e escritor Olavo Bilac, que, em uma crônica na *Gazeta de Notícias*, de 13/01/1901, indaga: "As palavras são traidoras, e a fotografia é fiel. A pena nem sempre é ajudada pela inteligência; ao passo que a máquina fotográfica funciona sempre sob a égide da soberana Verdade". E ainda isenta a máquina "das inumeráveis ciladas da Mentira, do equívoco e da Miopia intelectual".

A própria vida moderna, para ele, justifica a superioridade da fotografia diante do texto: "O público tem pressa. A vida de hoje, vertiginosa e febril, não admite leituras demoradas, nem reflexões profundas". Já há aqui um senso arraigado sobre a interação do leitor com a informação. Se a vida não permite leituras demoradas, a imagem representa uma resposta rápida às necessidades de informação. É interesse notar a atualidade da observação de Bilac. Na cultura digital do século XXI, muitos proclamam que os textos devem ser curtos. As estruturas fragmentadas e também a quantidade de imagens geradas vão reforçar esse argumento.

No Brasil, a fotografia dos primeiros tempos foi explorada sobretudo pela *Revista da Semana* (1900-1959), na qual a diagramação era pensada de modo a integrar textos e fotos em arranjos diversos, incluindo detalhes destacados na narrativa (figura 17). Andrade (2004, p. 234) considera que, em termos de design, finalmente "informação verbal e informação visual passam a coexistir na página". A mudança não é apenas gráfica, opera transformações editoriais, pois a fotografia passa de uma raiz meramente ilustrativa ou decorativa para a informativa, "(…) uma nova realidade em que a fotografia passa a ser, efetivamente, a notícia".

Figura 17 – leiautes da *Revista da Semana* (24/06/1900, nº 6)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Na fotografia da imprensa, fora o noticiário policial, o espaço da imagem era dado aos personagens do poder. Entre as pessoas comuns, apenas os criminosos eram retratados. As limitações técnicas dificultavam a tomada do movimento, o que resultava em imagens estanques e posadas. Rouillé (2009) lembra que para as pessoas comuns participarem do imaginário fotográfico dos jornais, foi necessária, na França, uma insurreição popular, no caso a Comuna de Paris. A revolta operária que representou a primeira tentativa de implantação de um governo socialista durou de 18 de março a 28 de maio de 1871, terminando com milhares de insurgentes executados.

No Brasil ocorre algo semelhante no que tange à documentação fotográfica da época. A primeira cobertura de que se tem notícia no país a mobilizar vários jornais foi a da Guerra de Canudos[13]. A marcante reportagem de Euclides da Cunha para o jornal que então se chamava *Província de S. Paulo,* hoje *O Estado de S. Paulo,* publicada de 08/08/1897 a 25/10/1897, revelou mazelas do conflito, mas não foi acompanhada de fotos. As imagens conhecidas do conflito são do fotógrafo Flávio de Barros, contratado pelo Exército. As fotos não circularam na imprensa da época, mas foram exibidas em um projeção pública em 2 de fevereiro de 1898. No jornal, o anúncio destaca a foto de Antonio Conselheiro como "um fiel e verdadeiro retrato do fanático". Na narrativa da exposição, os soldados são apresentados, na maioria das fotografias, em cliques posados[14]. Na medida em que se chega à última parte da exibição, aparece a imagem dos moradores de Canudos, que não passavam de pessoas pobres, crianças e mulheres maltrapilhos, muito diferentes dos maldosos insurgentes descritos pelo governo e pela imprensa. Por fim, exibe-se a foto do corpo de Antônio Conselheiro. A imagem representada na figura 18, em especial, colaborou para uma mudança na visão sobre o conflito, juntamente com a reportagem e a publicação posterior do livro *Os sertões* (1901), de Euclides da Cunha, mostrando o quanto foi injusto para os moradores de Canudos e descortinando a miséria do sertão.

No livro, a legenda feita pelo fotógrafo Flávio de Barros, mudou de "400 jagunços prisioneiros" para "As prisioneiras", na primeira edição de *Os sertões*. Barros foi ao *front* para documentar o conflito, mas as demais imagens são posadas e reencenações de batalha e, na maioria das vezes, mostram o Exército. Burgi (2015, on-line)[15] considera essa imagem emblemática das contradições do Brasil da época. Tomada sem ter sido antecipada pelo fotógrafo ou Exército, "sua força decorre de seu caráter essencialmente frontal e direto e seu valor histórico e documental se amplifica também em função do trágico desfecho desse momento da Guerra de Canudos: a chacina dessas mulheres, homens e crianças".

---

[13] O primeiro conflito registrado em fotografias no Brasil foi a Guerra do Paraguai (1865-1870). Andrade (2004) o considera a primeira experiência dos jornais do Rio de Janeiro com a utilização sistemática de notícias ilustradas, embora as fotografias fossem precárias, protocolares e totalmente alinhadas ao Exército. Na época, Henrique Fleiuss buscou "cobrir" o conflito reproduzindo as fotografias em desenhos litografados na *Semana Illustrada*.

[14] A pesquisadora assistiu a uma reexibição da projeção na exposição *Conflitos: fotografia e violência política no Brasil 1889-1964*, em 2018, no Instituto Moreira Salles, em São Paulo.

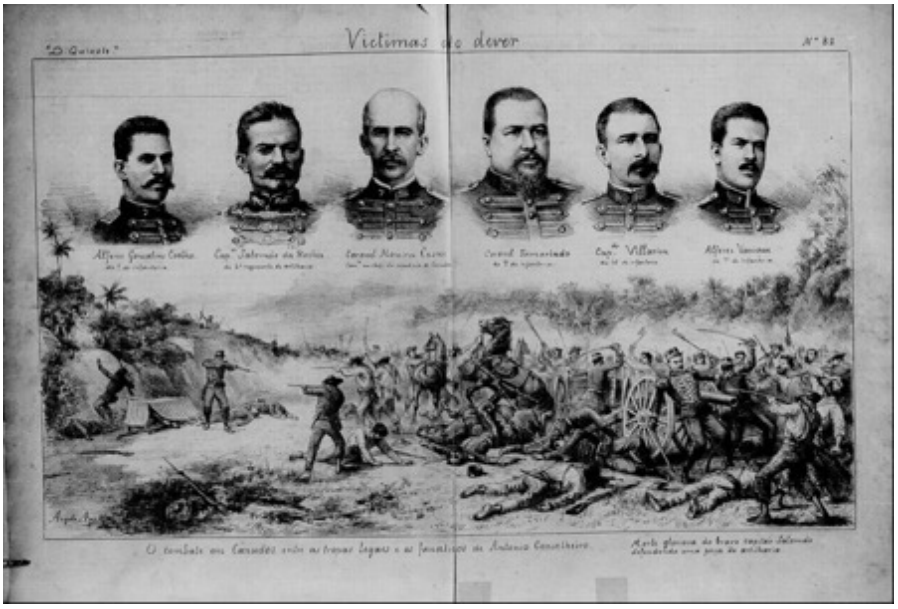
[15] BURGI, Sérgio. *Guerra de Canudos pelo fotógrafo Flávio de Barros*. Disponível em: http://brasilianafotografica.bn.br/?p=3002

Figura 18 – registro da Guerra de Canudos por Flávio de Barros (02/10/1897)

Fonte: Brasiliana Fotográfica. Disponível em: http://brasilianafotografica.bn.br/brasiliana/discover?query=canudos&submit=Ir. Acesso em 20/11/2018.

Ilustrações também abordaram imagens da Guerra de Canudos a partir de desenhos enaltecendo os "heróis" do Exército com uma forte característica narrativa e semelhante à pintura clássica de guerra, conforme vemos em "Vítimas do dever", (figura 19). A cobertura destoa completamente da imagem de "As prisioneiras", criando uma evidente contradição com a opinião de parte da imprensa. Os textos traziam insinuações sobre o poderio dos insurgentes, como aparece na revista *D. Quixote*: "As peripécias do combate, as armas que se servem os denominados *jagunços*, vieram denunciar que esses homens têm quem os instrua na arte da guerra, e que dispõem de recursos suficientes para garantires a posse de armamento moderno" (DON QUIXOTE, p. 2, grifo original). Os jornais diários também ilustraram ao modo da época: fazendo ilustrações de combatentes mortos. Antonio Conselheiro estampou a capa do jornal *Gazeta de Notícias* de 07/10/1897 (figura 20), dois dias depois de ter seu corpo exumado (figura 21).

Figura 19 – revista *D. Quixote* (21/03/1897, nº 82)



Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Figura 20 – capa do Jornal *Gazeta de Notícias* (07/10/1897)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Figura 21 – Antonio Conselheiro após a exumação, por Flávio de Barros

Fonte: Brasiliana Fotográfica. Disponível em: http://brasilianafotografica.bn.br/brasiliana/discover?query=canudos&submit=Ir. Acesso em 20/11/2018.

Esse triste episódio da história do Brasil mostra a movimentação de uma visualidade interpretativa para a objetiva. Embora não tenham circulado na imprensa na época, foram divulgadas em outros formatos e causaram comoção nacional, sobretudo com a publicação do livro, em 1902, com três dos registros fotográficos. A força da ação social promoveu o inesperado e as imagens escaparam do enquadramento encenado e "chapa-branca" de Flávio de Barros. Conforme explicitado no capítulo 2, trata-se de uma espécie de acesso disruptivo às mídias, ou seja, aquele que se dá quando fatos tumultuam a ordem pública e temas que não seriam abordados entram no noticiário, apresentando potencial para virar pauta de grandes reportagens. A abordagem humanista do massacre de Canudos na cobertura de Euclides da Cunha e Flávio de Barros ocorreu por acesso disruptivo, pela violência e injustiça que interpelaram os repórteres e o fotógrafo no *front*.

Burgi (2015, on-line) acredita que, na história da fotografia brasileira, a imagem "As prisioneiras" e os textos da época são "referências germinais para uma melhor compreensão do que viria a se constituir ao longo do século XX no país como um fotojornalismo e uma fotografia de autor socialmente engajados e de forte vertente humanista." Para a história da grande reportagem brasileira, se é preciso colocar um marco de seu surgimento, os textos em série de Euclides da Cunha para o atual *O Estado de S. Paulo* são referências obrigatórias. E também para a compreensão da história visual da reportagem no país. A grande reportagem nasce nesse limiar da ruptura entre o texto opinativo e objetivo/interpretativo, entre a imagem humana e a imagem da máquina.

3.3 VISÕES ILUSTRADAS DE UMA CULTURA VERBAL

A série de Euclides da Cunha não foi acompanhada de fotografias no jornal *A Província de São Paulo*, mas três imagens[16] faziam parte da primeira edição do livro. "Um meio de representação relativamente moderno na produção editorial da época, que reforça o empenho do autor pela presentificação visualizadora: a fotografia", analisa o pesquisador Berthold Zilly, também tradutor de *Os sertões* para o alemão. O livro de Euclides se tornou um clássico da literatura brasileira e, para Zilly (1999), o texto é imagético e parece narrar as fotos de Flávio de Barros. Do mesmo modo, o incensado João do Rio (1881-1921), jornalista carioca que ajudou a fundar a reportagem no Brasil, apresenta uma escrita de "estilo inconfundível, visual e imaginístico, e de notável laconismo fotográfico, e que é um dos mais originais de nossa língua literária", conforme considera Lêdo Ivo (2012, p. 10) na apresentação da coletânea *João do Rio: cadeira 26, ocupante 2* (2012), organizada pela Academia Brasileira de Letras. O impacto das novas visualidades é sentido também na prosa de João do Rio – é o olhar da modernidade moldando as formas do texto. "Ele escrevia como se pintasse. Ou fotografasse. Mestre das entressombras, o impressionista João do Rio possuía também uma palheta expressionista habilitada para a produção de paisagens e cenas claras e cruas" (IVO, 2012, p. 12). O repórter publicou em revistas e jornais cariocas, sendo o principal a *Gazeta de Notícias*. Sua obra é mais conhecida pelos livros[17] compostos pelos textos de jornal organizados por temas correlatos e podem ser considerados como crônicas e reportagens em série.

Ivo (2012) recorda como João do Rio encarna o *flâneur*, figura bastante associada à passagem do século XIX para o XX, participando do mundo como um observador da sociedade moderna, sobretudo da vida urbana. Ele próprio teorizou a *flanerie* no livro *A alma encantadora das ruas* (1910). A crônica com a qual abre a obra, "A rua", enaltece a necessidade do *flâneur* de alimentar um "espírito vagabundo, cheio de curiosidades". Se pode ser "vagabundagem", considera que, talvez, "a distinção é de perambular com inteligência" (RIO, 2008, p. 31-32). Na prosa, explica o olhar ingênuo e encantado e, de certo modo, ensina um modo de ver. "O

---

[16] As fotografias de Flávio de Barros publicadas na edição de 1902 continham "Divisão Canet", "7º Batalhão de Infantaria nas trincheiras" e "400 jagunços prisioneiros". No livro, Euclides da Cunha trocou suas legendas para "Monte Santo: base das operações", "Acampamento dentro de Canudos" e "As prisioneiras". O fotógrafo não foi creditado, como era comum na época.

[17] *Religiões do Rio* (1906), *Cinematógrafo* (1909), *A alma encantadora das ruas* (1910), *Vida vertiginosa* (1911) e *Os dias passam* (1912).

balão que sobe ao meio-dia no Castelo[18] sobe para seu prazer; as bandas de música tocam nas praças para alegrá-lo; se em um beco perdido tem uma serenata com violões chorosos, a serenata está ali para diverti-lo" (RIO, 2008, p. 32-33). A obsessão de ver o mundo aparece na analogia com o dispositivo de contato fotográfico para explicar o olho do *flâneur*. "E de tanto ver o que os outros quase não podem entrever, o *flâneur* reflete. As observações foram guardadas na placa sensível do cérebro, as frases, os ditos, as cenas vibram-lhe no corticol" (RIO, 2008, p. 33).

Ser repórter exige dos jornalistas olhar atento à cidade. Em relação ao texto da reportagem, há uma raiz visual, na qual a narrativa coloca o leitor no olho do repórter, que pode visualizar a cena e experimentá-la. O trabalho de João do Rio não era acompanhado de imagens, em grande parte das vezes. Alguns de seus textos foram ilustrados na luxuosa *Kosmos*, revista editada por Olavo Bilac. João do Rio foi um escritor de prestígio e reconhecimento entre literatos e leitores do povo. Na figura 22, percebe-se a valorização dada à sua obra, com a produção de ilustrações do artista gráfico K. Lixto[19] (1877-1957), que acompanham toda a narrativa. O espaço editorial foi de seis páginas, todas ilustradas. Na edição 11, apenas outro texto recebeu imagens, ocupando três páginas, duas delas com ilustrações.

O texto conta uma conversa com um amigo durante a passagem de um cordão de carnaval. O fidalgo acabrunhado na imagem seria o próprio narrador, que confessa não gostar dos cordões, demonstrando preconceito com a cultura africana. O mais notável no texto é a forma didática com que João do Rio reproduz o diálogo e faz o leitor se sentir dentro do carnaval. A conversa ocorre durante uma tentativa de fuga daquela multidão, enquanto o narrador observa como funcionam os cordões e as simbologias da cultura africana. As explicações atestam que o cronista/repórter fez uma pesquisa sobre os costumes africanos no carnaval. O registro da vestimenta do afoxé na ilustração, em contraste com a roupa estilizada do burguês, aumenta o valor de documento desse leiaute. Ao longo de toda a narrativa, misturam-se personagens da cultura africana com imagens universais de fantasias. A ilustração que abre o texto, em página ímpar, sintetiza a narrativa com os personagens em movimento, criando a ambiência do texto.

---

[18] Refere-se ao então Morro do Castelo, no centro do Rio, que foi demolido em 1921.

[19] Calixto Cordeiro ou K. Lixto foi um importante ilustrador e caricaturista nascido no Rio de Janeiro. Desenhou para inúmeras publicações, tais como *Fon-Fon*, *Gazeta de Notícias*, *D. Quixote* e *O Cruzeiro*. Fundou, com o artista gráfico Raul Pederneiras (1874-1953), a revista *O Tagarela*, famosa por uma série de charges contestando a obrigatoriedade da vacina de varíola, em 1904.

Figura 22 – leiautes da revista *Kosmos* (02/1906, nº 2)

KOSMOS

Elogio do Cordão

ERA em plena rua do Ouvidor. Não se podia andar. A multidão apertava-se suffocada.

longas varas. Sentia-se a cidade á solta, entrebuchando todo o vicio naquelle fim de Carnaval. Homens passavam empapados d'agua, cheios de *confetti*, mulheres de chapeo de papel, curvavam as nucas á chyla dos lança-perfumes, phrases rugiam cabelludas ao lado de gargalhadas, de risos, de uivos, de berros, de guinchos. Um cheiro estranho misto de perfume barato, de fortuna, de poesia, de alcool, accendia ainda mais o baixo instincto da promiscuidade. Nós iamos indo, eu e o meu amigo nesse pandemonio quando de repente, num encontro de ruas, surgiu o parcoroso alveolar, emquanto acompanhado de arros, de pandeiros e xequeres um outro grupo apparecia:

Havia faces congestas, sujeitos a praguejar, gritos de mulheres. A plethora da alegria punha desvarios em todas as faces. Era provavel que do largo de S. Francisco á rua Direita dançassem vinte cordões e quarenta grupos, rufassem cem bombos e duzentos tarabores, gritassem cincoenta mil pessoas. A rua convulsionava-se como se fosse fender, rebentar de lunaria e de barulho. Uma illuminação violenta estrellava nos focos dos arcos de gaz, nos braços de luz Auer, nas grandes lampadas electricas, incessantemente aquecida pelas vermelhidões de incendio dos fogos de Bengala, incessantemente estriadada corrida dos archotes e das pequenas lampadas presas a

KOSMOS

Entretanto os Destemidos tinham parado tambem. Vinham em sentido contrario, fazendo leitras complicadas pela rua fóra de papel polychromo, sob a ardencia das lampadas e dos arcos, o grupo da «Rainha do Mar» e o grupo dos Filhos do Relampago do Mundo Novo». Os da Rainha cantavam em bamboleios de onda:

Os do Relampago, chocalhando chocalhos riscando xequerdês, berravam mais apressados

Senhor Deus! Era a loucura, o pandemonio do barulho e da sandice. O fragor poderosamente augmentava como se concentrando naquelle ponto, e, esticando os pés, eu vi por trar da "Rainha do Mar," uma serenata, uma authentica serenata com cavaquinhos, violões, violes em miorrello sustentando fermatas langurosas. Era a «Papoula do Jardim»:

Depois dos Velhos os Cacumbys. Depois dos Cacumbys os Vassourinhas. Hoje são duzentos.

—E' verdade, com a feição feroz da ironia que colaqueria os deuses e os cães, fiz eu recordando a phrase do apologista.

—Sim, porque a origem dos cordões é o *Afoché* africano, dia em que se debocha a religião.

—O *Afoché*? inquiri pasmo.

—Sim, o *Afoché*. E' preciso ver nesses bandos mais do que uma correria alegre—a psychologia de um povo. O cordão tem antes de tudo o sentimento da hierarchia e da ordem.

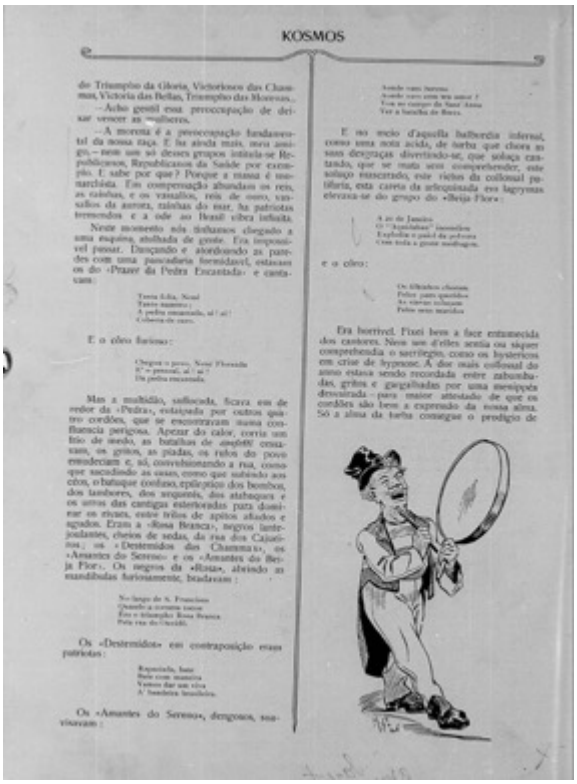
—A ordem na desordem?

—E' um lemma nacional. Cada cordão tem uma directoria. Para as danças ha dois fiscaes, dois mestres-sala, um mestre de canto, dois porta-machados, um *achi-angel* ou homem da frente, vestido riquissimo. Aos titulos dos cordões póde-se applicar uma das leis de philosophia primeira e concluir d'ahi todas as idéas dominantes na população. Ha uma infinidade que são capricho e outros teimosos. Perfeitamente, pessoal da lyra—agora é capricho! quando eu teimo, teimo mesmo!

Nota depois a preoccupação de maravilhar, com ouro, com prata, com diamantes que reflendem o respeito da riqueza—Cajú de Ouro, Chuveiro de Ouro, Chuva de Prata, Rosa de Diamantes, e as vezes coisas excepcionaes e unicas. Relampago do Mundo Novo. Mas o grosso da população é a flor da gente, tendo da harmonia a consolante impressão das guitas, dos cavaquinhos, dos violões, desconhecendo a palavra, talvez apenas sentindo-a como certos amadores que estendem discursos e soffrem a acção dos sons. Ha quasi tantos cordões intitulados Flor e Harmonia, como ha teimosos e caprichosos. Um mesmo chama-se Flor da Harmonia, como ha outro intitulado «Flor do Café».

—E' curioso.

—Não te parece? Vai-se aos poucos desalhando a alma nacional nos estandartes dos cordões. Oliveira Gomes, esse ironista subtil, foi mais longe, estudou-lhes a zoologia. Mas, se ha Flores, Teimosos, Caprichosos e Harmonias, os que querem espantar com riquezas e festas nunca vistas, ha tambem os preoccupados com as victorias e os triumphos, os que antes de sair já são Filhos



KOSMOS

do Triumpho da Gloria, Victoriosos das Chamas, Victoria das Bellas, Triumpho das Horas...

—Acho gentil essa preoccupação de deixar vencer as mulheres.

—A moenta é a preoccupação fundamental da nossa raça. E ha ainda mais, meu amigo,—nem um só desses grupos intitula-se Republicanos, Republicanos da Saúde por exemplo. E sabe por que? Porque a massa é monarchista. Em compensação abundam os reis, as rainhas, e os vassallos, reis de ouro, vassallos da aurora, rainhas do mar, ha patriotas tremendos e a ode ao Brasil vibra infinita.

Neste momento nós tinhamos chegado a uma esquina, atulhada de gente. Era impossivel passar. Dançando e atordoando as paredes com uma pancadaria formidavel, estavam os do «Prazer da Pedra Encantada» e cantavam:

E o côro furioso:

Mas a multidão, suffocada, ficava em de redor da «Pedra», estatuada por outros quatro cordões, que se encontravam numa confluencia perigosa. Apezar do calor, corria um frio de seda, as batalhas de *confetti* cessavam, os gritos, as piadas, os ruhos do povo emudeciam e, só, convulsionando a rua, como que sacudindo as casas, como que subindo aos céos, o batuque confuso, epileptico dos bombos, dos tambores, dos xequerés, dos atabaques e os uivos das cantigas esterkendas para dominar os risnos, entre trilos de apitos afiados e agudos. Eram a «Rosa Branca», negros lanfrojadates, cheios de sedas, da rua dos Cajueiros; os «Destemidos dos Chamarrus», os «Amantes do Sereno» e os «Amantes do Beija Flor». Os negros da «Rosa», abrindo as mandibulas furiosamente, bradavam:

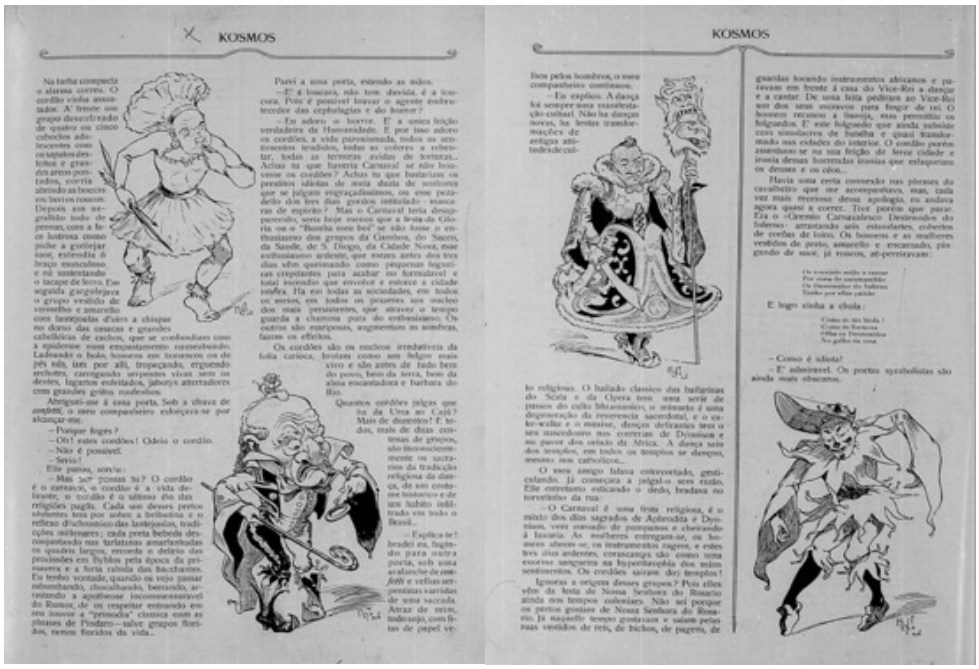
Os «Destemidos» em contraposição eram patriotas:

Os «Amantes do Sereno», dengosos, suavisavam:

E no meio d'aquella balbordia infernal, como uma nota acida, de barba que chora as suas desgraças divertido-se, que soluça cantando, que se mata sem comprehender, este soluço esmerado, este riolos da collonal patifaria, esta carcta da arlequinada em lagrymas eterniza-se do grupo do «Beija Flor»:

e o côro:

Era horrivel. Fizei bem a face entumecida dos cantores. Nem um d'elles sentia ou siquer comprehendia o sacrilegio, como os hystericos em crise de hypnose. A dor mais collonal do anno estava sendo recordada entre zabumbadas, gritos e gargalhadas por uma mesippda desenfreada—para maior attestado de que os cordões são bem a expressão da nossa alma. Só a alma da barba consegue o prodigio de



KOSMOS

Na turba compacta o alarma corre. O cordão vinha assustador. A' frente um grupo desenfreado de quatro ou cinco cabeções adolescentes com os sapatos desfeitos e grandes arros pontudos, corria abrindo as bocca em berros roucos. Depois um negralhão todo de pennas, com a fisionomia de lubrisca como pode a godlejar saor, estendia o braço musculoso e nú sustentando o tacape de ferro. Em seguida gargolejava o grupo vestido de vermelho e amarello com lantejoulas d'oiro a chiqué no dorso das camisas e grandes cabelleiras de cachos, que se confundiam com a epiderme suja empastamento nauseabundo. Ladrando o bolo, bonecos em tamancos ou de pés nús, iam por alli, tropeçando, erguendo archotes, carregando serpentes vivas sem os dentes, lagartos esfaitados, jaboatys aterradores com grandes gritos nauseabundos.

Abriguei-me á uma porta. Sob a chuva de *confetti*, o meu companheiro esforçava-se por alcançar-me.

— Porque fuges?

— Oh! estes cordões! Odeio o cordão.

— Não é possivel.

— Serio!

Elle parou, sorriu:

— Mas *se* gosas tu? O cordão é o carnaval, o cordão é a vida delirante, o cordão é o ultimo elo das religiões pagãs. Cada um deuses perios violentes tem por sobre a belleztina e o reflexo d'achronico das lantejoulas, tradições millenares; cada preta bebeda desconjurando nas tarlatanas amarfanhadas os quadris largos, recorda o delirio das procissões em Byblos pela época da primavera e a furia ralinda das Bacchantes. Eu tenho vontade, quando os vejo passar rebombando, chocalhando, berrando, arrastando a apotheose incomensuravel do Rumor, de os respeitar entoando em seu louvor a "prosodia" classica com as phrases de Pindaro — salve grupos floridos, ramos floridos da vida...

Parei á uma porta, estendo as mãos.

— E' a loucura, não tem duvida, é a loucura. Pois é possivel haver o agente embriaguecedor das cephalgias e do horror?

— Eu adoro o horror. E' a unica feição verdadeira da Humanidade. E por isso adoro os cordões, a vida paroxismada, todos os sentimentos tendidos, todas as colores a rebentar, todas as terruras avidas de torturas... Achas tu que haveria Carnaval se não houvesse os cordões? Achas tu que bastariam os pressitos idiotas de meia duzia de sonhosos que se julgam engraçadissimos, ou esse pezadelo dos tres dias gordos intitulado — mascaras de espirito? Mas o Carnaval teria desapparecido, seria hoje menos que a festa da Gloria ou o "Bumba meu bois" se não fosse o enthusiasmo dos grupos da Gamboa, do Sacco, da Saude, de S. Diogo, da Cidade Nova, esse enthusiasmo ardente, que restes antes dos tres dias vêm queimando como pequenas fogueiras crepitantes para acabar no formidavel e total incendio que envolve e esmaga a cidade sinistra. Ha em todas as sociedades, em todos os meios, em todos os pequenos seus nucleo dos mais persistentes, que atravez o tempo guarda a chamma pura do enthusiasmo. Os outros são marionas, augmentam as sombras, fazem os effeitos.

Os cordões são os nucleos irredutiveis da folia carioca, brotam como seu felgor mais vivo e são antes de tudo bem do povo, bem da terra, bem da alma escandalosa e barbara do Rio.

Quantos cordões julgas que ha da Urca ao Caju? Mais de duzentos! E todos, mais de duas centenas de grupos, são inconscientemente os sacrarios da tradição religiosa da dança, de seu costume historico e de um habito infiltrado em todo o Brasil...

— Explica-te! bradei eu, fugindo para outra porta, sob uma avalanche de *confetti* e velhas serpentinas cuvidas de uma saccada. Atraz de mim, todo suja, com fitas de papel ve-

KOSMOS

bos pelos hombros, o meu companheiro continuou.

— Eu explico. A dança foi sempre uma manifestação cultual. Não ha danças novas, ha lentas transformações de antigas attitudes de culto religioso. O bailado classico das ballarinas do Scala e da Opera tem uma serie de passos do culto bibliaseuico, o minuetto é uma degeneração da reverencia sacerdotal, e o cake-walk e o maxixe, danças delirantes teve o seu nascedouro nas correrias de Dyonisos e no pavor dos orinda da Africa. A dança saiu dos templos, em todos os templos se dançou, mesmo nos catholicos...

O meu amigo falava entrecortado, gesticulando. Já começava a julgal-o sem razão. Elle entretanto esticando o dedo, bradava no torvelinho da rua:

— O Carnaval é uma festa religiosa, é o misto dos dias sagrados de Aphrodita e Dyonisos, vem cercado de pampanos e cheirando á luxuria. As mulheres entregam-se, os homens abrem-se, os instrumentos ragem, e estes tres dias ardentes, coreanças são como uma escorne sangueira na hyperbaropléia dos meus sentimentos. Os cordões sairam do templos!

Ignoras a origem desses grupos? Pois elles vêm da festa de Nossa Senhora do Rosario ainda nos tempos coloniaes. Não sei porque os pretos gostam de Nossa Senhora do Rosario. Já naquelle tempo gostavam e saiam pelas ruas vestidos de reis, de bichos, de pagens, de guardas tocando instrumentos africanos e pulavam em frente á casa do Vice-Rei a dança e a cantar. De uma feita pediram ao Vice-Rei um dos seus escravos para fingir de rei. O homem recusou a fineza, mas permittiu os folguedos. E' este folguedo que ainda subsiste com simulacros de batalha e quasi transformado nas cidades do interior. O cordão porém assentou-se na sua fricção de ferro cidade e trouxa demas horrendas ironias que enfaqueiam os deuses e os cêos...

Havia uma certa consonão nas phrases do cavalheiro que me acompanhava, mas, cada vez mais tyrannos deste apologia, eu andava agora quasi a correr. Tive porém que parar. Era o «Gremio Carnavalesco Destemidos do Inferno» arrastando seus estandartes, cobertos de cordão de loiro. Os homens e as mulheres vestidos do preto, amarello e encarnado, pingando de suor, já roucos, ad-pertinazes:

Os cordões vêm a cantar
Por cima do carnaval
Os Destemidos do Inferno
Todos por elles cantão

E logo vinha a chula:

Como de dia linda!
Como de formosa
«Filha do Destemidos
No galho da rosa

— Como é idiota!

— E' admiravel. Os poetas symbolistas são ainda mais obscuros.

KOSMOS

ligar o soffrimento e o gozo na mesma lei de fatalidade, só o povo diverte-se não esquecendo as suas chagas, só a populaça desta terra de sol encara sem pavor a morte nos sambas macabros de Carnaval.

— Estás atristado pelos versos do «Beija-Flor»? Ha uma porção de grupos que commentam a catastrophe. Ainda ha instantes passou a «Mina de Ouro». Sabes qual é a marcha dessa sociedade? Essa sandice tetrica:

Corremos, corremos
Para brasileiro
Para salvar do "Aquidabam"
Os patricias marinheiros.

Isto no Carnaval quando todos nós sentimos irreparavel a desgraça. Mas o cordão perderia a sua superioridade de vivo reflexo da turba se não fosse esse misto indecifravel de dor e pezar. Todos os amos as suas cantigas commemoram as fatalidades calamitosas.

Neste momento, porém, os «Amantes do Sereno» resolveram voltar. Houve um trilo de apito, a turba ferdeu-se. Dois rapazinhos vestidos de belleztina começaram a fazer letras com grandes espadas de páo pratado, dando pulos e quebrando o corpo. Depois, o *ackimagé* ou homem da frente, todo coberto de lantejoulas, deu uma volta sob a luz clara da luz electrica e o bolo todo golphou, diabos, palhaços, mulheres, os pobres que não tinham conseguido fantasias e carregavam os archotes, os fogos de bengala, as lampadas de kerosene. A multidão aproveitou o vasio e precipitou-se. Eu e meu amigo calmos na corrente impetuosa.

Oh! sim! elle tinha razão! O cordão é o Carnaval, é o ultimo elo das religiões pagãs, é bem o conservador do sagrado dia do Deboche ritual; o cordão é a nossa alma ardente, luxuriosa, triste, meio escrava e revoltosa, babando lasciva pelas mulheres e querendo maravilhar, fanfarrona, meiga, barbara, lamentavel...

Toda a rua rebentava no estridor dos bombos. Outras canções se ouviam. E agarrado ao braço do meu amigo, arrastado pela impetuosa corrente aberta pela passagem dos «Amantes do Sereno» eu continuei rua abaixo amarrado ao triumpho e á furia do Cordão!...

João do Rio.

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

No jornal, na maioria das vezes a obra era composta como na crônica "Os que viajam a pé pelos estados" (figura 23). Apesar de ser apresentada sem imagens, tem destaque no topo da página e com caracteres do título em caixa alta, o que confere importância ao conteúdo. Posteriormente, imagens alusivas ao texto de João do Rio apareceriam na primeira página, mesmo sem um vínculo claro entre a imagem e o texto da página 2. A visibilidade do texto, associada a uma imagem na capa, marca o início do uso das chamadas, que viriam a ser regra básica do jornalismo visual (figura 24). Percebem-se as primeiras tentativas de manchetar o jornal no topo, separando os assuntos por travessão. Anos depois veremos, nas crônicas de Benjamin Costallat para o *Jornal do Brasil,* uma composição semelhante para a capa. Para Ivo (2012, p. 10-11), na época de João do Rio a era da imagem começava a se incorporar à visão humana. "Era uma nova ficção endereçada ao olhar".

João do Rio trouxe para o jornalismo brasileiro tanto as madames da sociedade quanto os personagens do povo. "Mestre incontestável da reportagem, adentrava-se com igual desembaraço tanto nos terreiros de macumba, bancas de cartomantes, sessões de espiritismo, espeluncas das favelas como nos palácios presidenciais e embaixadas" (IVO, 2012, p. 15). Entretanto, estava longe de uma obra humanista. Foi pioneiro na catalogação de religiões africanas, mas também considerado racista, além de naturalizar preconceitos de classe. O trabalho de escritores como João do Rio é concomitante ao crescimento do uso de imagens pelos jornais. A *Gazeta de Notícias*, segundo Marialva Barbosa (2007), no livro *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*, foi o jornal precursor da entrevista, reportagem fotográfica e ilustração diária, elementos da reportagem moderna. Letícia Pedruce Fonseca estudou, em sua dissertação de mestrado, a construção visual do *Jornal do Brasil* antes de sua reforma gráfica da década de 1950. Para um panorama comparativo com o *JB,* investigou os principais jornais do início do século: *Jornal do Comércio*, *Gazeta de Notícias*, *O Estado de S. Paulo*, *O País* e o *Correio da Manhã*. Quando comparou as páginas dos periódicos, reiterou a tese de Marialva Barbosa. "Nota-se a semelhança [com o *JB*] no caráter popular e a acirrada disputa nas experimentações visuais e investimentos gráficos, como, por exemplo, a inserção quase simultânea de ilustrações diariamente em 1900 e de páginas coloridas em 1907" (FONSECA, 2008, p. 206).

Figura 23 – crônica de João do Rio, *Gazeta de Notícias* (07/01/1907)

Anno XXXIII — Rio de Janeiro — Segunda-feira 7 de Janeiro de 1907 — N. 7

GAZETA DE NOTICIAS

NUMERO AVULSO 100 RS.

Stereotypada e impressa nas machinas rotativas de Marinoni, na typographia da Sociedade anonyma «Gazeta de Noticias»

NUMERO AVULSO 100 RS.

EXPEDIENTE

XI I SORTEIO

REFORMA DAS ASSIGNATURAS

NOVO EDIFICIO

PRIMEIRO ANNO EM PREMIOS

CARNAVAL DE 1907

GAZETA DE NOTICIAS
3 de janeiro de 1906

HOJE — 6 PAGINAS

24 horas

INTERIOR

EXTERIOR

Avenida Beira-mar — A Gloria

Notas e Noticias

CHUVA DE «LAND-TROTTERS»

OS QUE VIAJAM A PÉ PELOS ESTADOS

EXERCITO

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Figura 24 – chamada para crônica de João do Rio, *Gazeta de Notícias* (16/03/1904)

Anno XXXI (A.) Rio de Janeiro — Quarta-feira 16 de Março de 1904 — 76

GAZETA DE NOTICIAS

NUMERO AVULSO 100 RS. — Stereotypada e impressa nas machinas rotativas de Marinoni, na typographia da sociedade anonyma «Gazeta de Noticias» — NUMERO AVULSO 100 RS.

Declaração ministerial—Religiões no Rio: casa das almas—Campanhas policiaes—A guerra do Oriente—Côrtes portuguezas—Gabinete inglez—43 familias envenenadas—Actualidades.

NO MUNDO DOS FEITIÇOS

Feiticeira instruindo em orações de vida uma confidente ao assombro.

24 horas

INTERIOR

EXTERIOR

Notas e noticias

ALMA PENADA

Mastiçeros do logo

O DESPACHO DE HONTEM

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

O design das páginas dos jornais pouco a pouco começou a moldar-se aos olhos da massa moderna, buscando a sedução estética que as revistas ilustradas já dominavam. Nelson Werneck Sodré (1999), em *História da imprensa no Brasil*, resume a fase que começa em meados 1875 e se consolida nas primeiras décadas do século XX com a modernização dos sistemas de impressão e, posteriormente, de transmissão de imagens. "O país vivia uma fase de mudança; uma dessas fases em que o conteúdo se adianta à forma, até que o conteúdo novo acabe por exigir a mudança na forma e o aprimoramento exterior se equilibre com a expressão nova que se impõe" (SODRÉ, 1999, p. 223).

Ilustradores também iam aos locais dos fatos e elaboravam gravuras para acompanhar o texto. Assim, "o desenho realista construía o jornalismo visual" (BUITONI, 2011, p. 48). No Brasil, um exemplo dessa prática na história da grande reportagem brasileira é a série de textos "Mistérios do Rio" (figuras 25 e 26), produzida por Benjamin Costallat para o *Jornal do Brasil*, em maio de 1924. Nessa época, o texto carregava o hibridismo literário em estilo de crônica. Conforme Marcelo Bulhões (2007), os textos de Costallat assinalam uma transição entre o folhetim e as histórias "reais", o que chama de contos-reportagem. É uma prosa que flerta com a reportagem brasileira de aprofundamento e interpretação. Benjamin Costallat foi um escritor-jornalista famoso nas décadas de 1920 e 1930. Segundo Bulhões (2007, p. 113), "era um verdadeiro fazedor de *best-sellers*". Seus textos transitavam pela crônica, reportagem, conto e romance.

Figura 25 – chamada na capa para a reportagem "Mistérios do Rio" (05/1924)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Assim como João do Rio, Costallat é um repórter que se embrenhou na periferia carioca em busca das histórias dos outros, produzindo um relato extenso, publicado em série. O próprio Costallat anuncia esse trabalho como distinto das habituais histórias de ficção que escrevia. “Hoje o que os escritos procuram dar, e que o próprio público ledor exige, é a verdade. A verdade nos ambientes, a verdade na ação e a verdade nos personagens” (COSTALLAT, s/d, p. 11-12). Embora a leitura dos textos revele uma forte carga ficcional narrativa, demarca sua fidelidade com o real e a mudança para uma forma textual mais próxima do que viria a ser a reportagem. Se o público quer “verdade”, ilustrar essas histórias deveria apresentar uma base “real”.

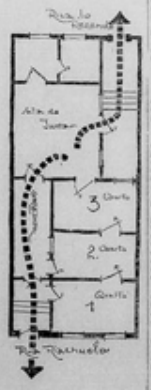
Figura 26 – leiautes da série ‘Mistérios do Rio”, *Jornal do Brasil* (05/1924)

JORNAL DO BRASIL — SABBADO, 10 DE MAIO DE 1924

CASAS DE AMOR

POR

BENJAMIM COSTALLAT.




a favella que cresce...
POR
BENJAMIN COSTALLAT


NO BAIRRO DA COCAÏNA
POR
BENJAMIM COSTALLAT


Os Fumantes da Morte
por Benjamim Costallat

JORNAL DO BRASIL — QUARTA-FEIRA, 14 DE MAIO DE 1924

O TUNNEL DO PAVOR

POR

BENJAMIM COSTALLAT

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Durante sucessivos dias, o *JB* publicou chamadas de capa anunciando a série com ilustrações que depois comporiam os leiautes. O destaque foi diário durante todo o mês de maio. Na estreia, o perfil de uma operária é ilustrado com pontos-chave da narrativa: o trabalho na "casa de moda", da qual se demitiu por despertar o olhar exacerbado dos homens, e o socorro da ambulância para a jovem, que mal conseguia comer, mas trabalhava 18 horas por dia. No texto da série "No bairro da cocaína", o ilustrador da reportagem é o acompanhante do narrador-repórter, conforme Bulhões (2007) – um indício de que o ilustrador acompanhou Costallat. Essa menção demonstra como havia preocupação em atestar a veracidade dos desenhos, incorporando a informação visual e recriando cenas-síntese do que os "repórteres" viram. No texto "Casas de amor", há um mapa para o leitor entender os corredores do local. Em "A favela que eu vi" e no "Bairro da cocaína", a diagramação pressupõe que é preciso subir o morro para imergir nesse universo. Nas narrativas factuais desenhadas ou encenadas com fotografias, mencionadas anteriormente, o resultado era uma "crônica visual" sem texto associado. Fora legendas ou títulos, aqui o desenho realista acompanha o texto.

Nos exemplos, a imprensa transita entre o jornalismo opinativo e o interpretativo, cenário em que jornalistas e escritores ficcionais trabalham em um campo profissional ainda não totalmente delineado. Porém, as bases do jornalismo moderno[20], valorizando a objetividade com dados verificáveis, também estão presentes. Nelson Werneck Sodré (1999, p. 275), em *História da imprensa no Brasil* (1999), considera a passagem do século XIX para o XX o momento da transição. "Os pequenos jornais de estrutura simples, as folhas tipográficas, cedem lugar às empresas jornalísticas, com estruturas específicas, dotadas de equipamento gráfico necessário ao exercício de sua função". Costa (2012b, p. 9) acrescenta que "esse quadro (…) dizia respeito à grande imprensa como um todo". O ser humano moderno é um observador de um mundo caótico que precisa ser organizado. O próprio diagrama dos jornais é uma resposta à necessidade de selecionar e, mais, de hieraquizar os acontecimentos do mundo. Essa visualidade hierarquizante da primeira página é o embrião da cultura visual jornalística que se desenvolverá no século XX.

---

[20] O termo *moderno*, quando não utilizado como sinônimo de algo novo ou inovador, refere-se à época da aceleração das técnicas e produções humanas, marcadas pela industrialização, aperfeiçoamento da ciência e crescimento dos centros urbanos, período que corresponde desde a Revolução Francesa até o pleno desenvolvimento no século XX. A modernidade é entendida aqui como a visão macro do projeto moderno, sua massificação. Já o termo modernismo designa os movimentos artísticos iniciados no século XIX e que ganharam força no século XX, até a década de 1930, em variadas expressões, tais como as artes visuais, a literatura e a arquitetura.

4 A MODERNIDADE DIAGRAMADA

4.1 VANGUARDAS DO DESIGN NA MODULAÇÃO DA PÁGINA

Se na virada do século XIX para o XX as imagens começaram a ganhar, definitivamente, um papel central na vida moderna, o campo de estudos da cultura visual não seguiu a mesma tendência e só foi desenvolvido no final do século XX. Entretanto, nas primeiras décadas, estudos da forma, reproduções e experimentações com fotografias e os rompimentos artísticos com a tradição pictórica impulsionaram o pensamento e a prática criativa sobre as imagens e a forma, com o propósito de utilizá-los em projetos.

Para Hurlburt (2002, p. 13-14), autor de *Layout: o design da página impressa*, a origem do design gráfico moderno se dá com o Cubismo, na passagem para a arte moderna, representada pelo quadro *Les demoiselles d'Avignon* (1907), de Pablo Picasso (1881-1973). O autor lembra o pano de fundo histórico da época como frutífero para o design, com Albert Einstein apresentando a Teoria da Relatividade, em 1905, e Sigmund Freud lançando *A interpretação dos sonhos,* em 1909. O quarto fato mencionado é a conclusão, em 1909, da *Robie House*, trabalho do arquiteto Frank Lloyd Wright. O prédio, construído em planos assimétricos balanceados em linhas contínuas, "forneceu uma chave essencial para o desenvolvimento da moderna abordagem da forma".

Esses acontecimentos mudaram a maneira de ver o mundo e influenciaram movimentos de design gráfico importantes para a concepção gráfico-visual da imprensa. Outros "ismos" da arte do início do século serão a base da homogeinização do discurso gráfico e da cultura visual, materializados, principalmente, nas revistas ilustradas. Futurismo, Dadaísmo, Surrealismo e Construtivismo, associados a escolas e movimentos de arte e design, formavam uma atmosfera propícia para criações originais. Nota-se, ainda, a *Art Nouveau,* que abriu caminho a todos esses movimentos no século XIX com uma estética fluida, orgânica, ornamental e multicolorida, muito explorada pela imprensa ilustrada. Tanto a publicidade quanto o jornalismo tiveram sua cultura visual marcada por esse movimento estético, que soube aproveitar a novidade da litografia, pois trabalhar direto na pedra propiciava aos artistas desenhar traços ornamentais sem as exigências das linhas retas da tipografia.

Hurlburt (2002, p. 16) lembra que no *Art Nouveau* foram produzidos objetos diversos para além da pintura, postura diferente de outros modernistas, sendo "o primeiro movimento orientado para o design". O ornamento seria contrário aos princípios do design contemporâneo,

mas, segundo Hurlburt (2002, p. 17), “a decoração é uma influência persistente na comunicação visual e no design gráfico. Basta lançar um olhar vinte anos mais tarde no *Art Déco*, para encontrar uma sequência”. Com o *Art Noveau*, o design gráfico renovou o leiaute de página e o uso da tipografia em marcas e logotipos. Cartazes publicitários com desenhos em ângulos inusitados descortinaram possibilidades criativas para os designers gráficos. O clássico exemplo são os cartazes de Henri de Toulouse-Lautrec (1846-1901) para a casa de shows Moulin Rouge, de Paris. De fácil coloração litográfica, a estética do *Art Nouveau* estampou as páginas da imprensa litográfica de todo o mundo. No Brasil, a revista *Kosmos* (figura 27), na qual João do Rio publicava suas crônicas embriãs da reportagem brasileira, é um exemplo clássico.

Figura 27 – *Art Nouveau* no Brasil na *Kosmos*, (1904, nº 1)

Fonte: https://www.levyleiloeiro.com.br/peca.asp?ID=443064&ctd=1&tot=&tipo=.
Acesso em 17 nov. 2018.

O ornamento pode voltar, mas a marca da modernidade é um movimento de linhas limpas. Foi o que concluiu a Escola da Gestalt, iniciada na Áustria, no fim do século XIX, e desenvolvida na Escola de Frankfurt nos anos 1910. Os estudos buscavam encontrar os princípios básicos de apreensão das formas e o porquê de algumas serem atrativas e outras não. Os gestaltistas colaboraram em áreas diversas: percepção, linguagem, memória, aprendizagem e dinâmina social, conhecimentos ainda hoje aplicados ao ensino da “boa forma”. As Leis da Gestalt – unidade, segregação, fechamento, continuidade, proximidade e semelhança –

propõem uma "leitura visual" a partir de uma espécie de alfabeto para decifrar o objeto (GOMES FILHO, 2009). Já as suas categorias conceituais – harmonia, equilíbrio, clareza e contraste – fazem parte de qualquer manual de design editorial, sendo que os princípios de um bom leiaute de página foram forjados nessas bases teóricas. Com o conceito de "pregnância da forma", a Gestalt referenda os ideais de uma estética da modernidade ao concluir que um objeto será visualizado a partir das formas mais elementares. Portanto, quanto mais simples, mais pregnância. A observação das leis da Gestalt é importante nos estudos visuais, mesmo que não seja o objetivo principal. Nesta tese propõe-se, no capítulo 7, uma "leitura visual". O modo de fazê-la, no entanto, difere por incluir a imagem e o jornalismo como indicadores dessa gramática. O que se pretendeu foi compreender as formas das páginas e, principalmente, o papel informativo da visualidade no contexto da reportagem.

Para Hulburt (2002, p. 44) o design moderno se caracteriza pela simplicidade representada por dois clichês: "a forma obedece à função", frase de Louis Sullivan, e a expressão "menos é mais", atribuída a Mies van der Rohe. De fato, o design moderno agregou uma série de normas, buscando a simplificação dos projetos gráficos. Nos anos 1920, uma contribuição fundamental para o jornalismo visual foram os movimentos Nova Tipografia e o Estilo Internacional, que desenvolveram as bases da diagramação moderna dotada de princípios de hierarquia e multimodalidade. Já na escola de arte e design alemã Bauhaus, incorporou-se o pensamento construtivista e do De Stijl.

László Moholy-Nagy, professor e construtivista húngaro, foi um importante personagem na concretização dessas linguagens visuais. O princípio básico era nortear o olhar do leitor de modo que as funções do texto fossem reconhecidas pela forma. A racionalização desse processo criativo, com regras matemáticas de diagramação, foi a característica marcante do Estilo Internacional propagado por Josef Müller-Brockmann, em conjunto com outros designers suíços. As composições geométricas hierarquizam o conteúdo em estruturas modulares pré-determinadas – os modelos conhecidos como *grid* (ARAUJO & MAGER, 2016; MEGGS & PURVIS, 2009).

Guy Bonsiepe (2010 [1965], p. 171), teórico do design da informação, demarca uma "data de nascimento" ao afirmar que "a história do design começou em 1919, quando Walter Groupius inaugurou a Bauhaus". A escola de arte e design da Alemanha foi a primeira a se dedicar exclusivamente à pesquisa e ao ensino sobre a forma. O diferencial do ensino "era o fato de pela primeira vez o ambiente humano em sua totalidade ser considerado um objeto de design". Desse modo, a tecnologia e a indústria deveriam ser "humanizadas" com o

aperfeiçoamento da ergonomia. A atividade em si nasce como solução para o desenvolvimento de produtos.

A Alemanha foi fundamental na concepção das formas industriais, assim como do jornalismo ilustrado. Boa parte dos professores, designers e artistas que passaram pela escola da Bauhaus foram responsáveis pela instituição de estéticas adotadas pela imprensa. Desde a década de 1930 muitos deles migraram para outros países. O desenho das formas apresentava-se subtraído de adornos, organizando os fatos do mundo em módulos. Conforme observa o pesquisador Rafael Cardoso (2013, p. 15) em *Design para um mundo complexo*, "o design nasceu com o firme propósito de pôr ordem na bagunça do mundo industrial". Isso ocorre gradativamente com os jornais. Em *Elementos do jornalismo impresso*, Jorge Pedro de Sousa (2001, p. 347) analisa as mudanças gráficas na imprensa: "A ordem foi-se impondo ao caos, fazendo de cada jornal uma proposta de leitura e mapeamento da realidade social".

A cultura visual da imprensa modificava-se, trazendo novos desafios e possibilidades criativas. Na Rússia, as experimentações de Kazimir Malevicht com formas essenciais e, principalmente, de El Lissitzky, no movimento conhecido como Construtivismo, tiveram direta influência no visual do jornalismo. O movimento intencionava "combinar palavras e imagens numa experiência simultânea, tanto na página impressa quanto no filme" (HULBURT, 2002, p. 26). Os trabalhos resultaram em leiautes que mesclavam imagens e tipografia de modo revolucionário. Outras técnicas foram também desenvolvidas, como a fotomontagem, fotogramas e superexposição.

Novos modos expressivos surgiram com as ideias do professor e artista El Lissitzky sobre a arquitetura do material e o visual da página impressa como um todo. "Ao dar ênfase ao efeito total proporcionado pela coesão e conexão, em vez da preocupação com o design de páginas isoladamente, ele estabeleceu as bases para o posterior desenvolvimento de sistemas de diagramação e design" (HULBURT, 2002, p. 26). Os trabalhos dos construtivistas visavam contribuir para o ideal socialista. Percebe-se o uso do design para produzir discursos políticos, entretanto, a aplicação das ideias foi além de seu propósito inicial, servindo como modelo para a indústria gráfica capitalista.

Princípios e experimentações das vanguardas artísticas repercutiram, então, nas páginas de publicações mundiais, em um fenômeno da indústria cultural globalizada. No exemplo das revistas ilustradas, a cultura visual da imprensa atualiza modos de ver para a sociedade, promovendo uma pedagogia do olhar, como observou Costa (2012a, p. 153-154) sobre as fotografias publicadas entre as décadas de 1920 e 1950 nas revistas *O Cruzeiro*, no

Brasil, e *Life*, nos Estados Unidos. O intercâmbio era frequente, inclusive com cópias quase idênticas, sem preocupação com a falta de originalidade.

As vanguardas artísticas se fizeram sentir nas revistas ilustradas com o uso de recursos, tais como as composições geométricas, horizontes oblíquos, deformações, sombras, reflexos, transparências, vistas aéreas, instantâneos e microfotografias, técnicas identificadas por Costa (2012a) na composição das fotografias. Laszlo Moholy-Nagy influenciou parte do movimento de vanguarda conhecido como Nova Visão, sendo defensor da fotografia como a ampliação desse sentido. Outra referência presente nos leiautes são as vanguardas russas e o seu projeto de propaganda revolucionária, em especial o pensamento de Alexander Rodchenko. "Ele irá abraçar a convicção de que o olho é biológico e culturalmente limitado e que o objetivo da câmera seria o instrumento ideal para a ampliação da capacidade visual humana" (COSTA, 2012a, p. 154).

Essa concepção permeou o trabalho fotográfico de Rodchenko (figura 28) e foi enriquecida com a ideia de estranhamento de Viktor Shkolovsky para a literatura, na qual deveriam ser oferecidas ao leitor "criações não estereotipadas, para que ele pudesse tornar-se elemento ativo na produção do sentido". Rodchenko adapta essas ideias e elabora "imagens fragmentadas que desafiavam o observador a decifrar a espacialidade não convencional, construída a partir de pontos de vista que somente a câmera fotográfica podia oferecer" (COSTA, 2012a, p. 154).

Figura 28 – fotografias de Alexander Rodchenko

Disponível em: http://brasilianafotografica.bn.br/?p=3002. Acesso em: 19 nov 2018.

Como o próprio nome enseja, o movimento da Nova Visão, conforme Costa (2012a), acreditava na capacidade da fotografia em provocar um novo modo de ver. Laszlo Moholy-Lagy a defendia como privilegiada em relação à precariedade da visão para adequar a humanidade aos desafios do século XX. Na pesquisa de Costa, a revista *O Cruzeiro* apresenta todos os sinais dessa nova era mediada pela máquina fotográfica. Instituiu um concurso de instantâneos e criou a seção "Aprenda a ver as coisas" (1949), para valorizar imagens microscópicas ou estelares. Para Costa (2012a, p. 170), o legado das vanguardas artísticas possibilitou para a mídia impressa "o domínio do código fotográfico" e a "renovação de linguagem da fotografia da imprensa". O leitor aprendeu a ver e os fotógrafos brasileiros tornaram-se mais conscientes de suas escolhas para a construção do olhar fotográfico. "Não se tratava mais de simplesmente registrar o real, mas de ativamente construí-lo".

No Brasil, as ideias de vanguarda serão incorporadas nos anos 1940, mas montagens com fotografias já eram realizadas no país e ganharam popularidade com recortes e arranjos narrativos ousados. Como no exemplo da figura 29, a revista *O Malho* desenvolveu seções com reportagens fotográficas que resumiam temas da semana e eventos na década de 1920. Nas duas páginas reservadas para a temática esportiva, a diagramação arriscava semanalmente com arranjos inusitados. Julieta Costa Sobral (2005, p. 140), ao analisar a obra do ilustrador J. Carlos, que assumiu em 1922 a arte da revista, observa que foi um desafio para um designer habituado ao lápis trabalhar com fotografias. Até porque a linguagem fotográfica era recente, "(...) ainda era amplamente percebida como registro fiel e preciso dos fatos. Essa aura de autoridade documental se impunha inclusive àqueles a quem competia incluir imagens fotográficas na diagramação de páginas impressas".

Não foi o caso de *O Malho* com J. Carlos. Para Sobral (2005), a década de 1920 foi frutífera para a área editorial no Brasil. Se havia Olavo Bilac, Lima Barreto, João do Rio e Benjamin Costallat nas letras, na área gráfica Julião Machado, Raul Pederneiras, K. Lixto, J. Carlos e Di Cavalcanti completavam uma geração que viveu a modernidade intensamente, criando e colaborando nos principais semanários ilustrados. "Escrevendo e diagramando as revistas, produzindo os anúncios comerciais, e desenhando as charges políticas. Esses artistas souberam unir arte e tecnologia numa atuação fundamental para a modernização do parque gráfico" (SOBRAL, 2005, p. 124).

Figura 29 – reportagem fotográfica em *O Malho*, (28/05/1927, nº 1.289 e 27/08/1927, nº 1.302)

Fonte: Reprodução Sobral (2005)

Com a chegada da revista *O Cruzeiro*, em 1928, o mercado editorial deparou-se com um produto diferenciado, com a capa em papel couchê, textos e ilustrações de profissionais renomados. Desde o início publicava muitas fotografias, mas ainda não havia uma profissionalização da área. Accioly Netto foi diretor da revista e conta em suas memórias (1998, p. 51) que utilizava imagens sem autorização, fotografias e caricaturas de revistas estrangeiras de Paris e Nova York, sem nunca sofrer qualquer sanção. "Éramos ainda um país desconhecido do Terceiro Mundo. (...) Tal sistema era pitorescamente chamado de 'cola e tesoura', no qual

eu me tornei, sem dúvida, algum perito". Apenas um fotógrafo era contratado da revista, Edgard Medina, e, conforme Costa (2012b, p. 15), o restante das imagens era de colaboradores diversos, tais como retratistas de estúdio, pictorialistas cariocas do Photo Club Brasileiro e fotógrafos amadores. Inclusive a revista incentivava o envio de instantâneos para concursos e um número especial foi dedicado às fotos de amadores, principalmente depois que *O Cruzeiro* adquiriu uma máquina de última geração em rotogravura. "Ao que tudo indica, para as revistas interessava muito mais a eficácia das soluções utilizadas do que sua originalidade" (COSTA, 2012b, p. 15). Na primeira edição, a cobertura de um desastre de avião apresentava uma montagem de fotos sem créditos (figura 30). A rotogravura possibilitou uma extensão dos recursos de composição, porque melhorou a nitidez das imagens, a diversificação de leiautes e a forma de trabalhar com fotografias, recortando-as e montando-as em uma prancha de vidro com total liberdade gráfica. O texto era datilografado e depois montado na mesma prancha para finalizar o leiaute.

Figura 30 – montagem de fotos, *O Cruzeiro* (1928, nº 1)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Em relação às grandes reportagens, a década de 1930 é particularmente interessante pela tendência da revista *O Cruzeiro* de produção de especiais com grande volume de informação, que exigiam amplo processo de edição e de programação visual. Um deles foi a passagem do Graf Zeppelin pelo Brasil, evento que mobilizou as artes gráficas de jornais e revistas da época. A novidade motivou a edição de um grande número de fotografias e a elaboração de desenhos com função infográfica sobre a dinâmica, estrutura e aventuras do Graf Zeppelin pelo mundo. *O Cruzeiro* produziu extenso material, dividido em vários temas (figura 31). O visual é ainda tradicional, mas sofisticado em relação aos elementos de edição. Exigiu vários leiautes diferentes e a diagramação, conferindo um caráter didático aos elementos visuais em uma mistura de técnicas gráficas. Porém, a linguagem do jornalismo visual brasileiro demonstrava sua pouca idade. O uso exagerado da fotografia, por exemplo, criava redundâncias. Torna-se cansativo ver tantas imagens semelhantes. A psicologia da Gestalt só seria aplicada anos depois; essa fase ainda era de experimentações em busca de uma linguagem visual adequada à modernidade.

Figura 31 – leiautes da edição especial Graf Zeppelin pelo Brasil, *O Cruzeiro* (1930, nº 81)


O Graf Zeppelin


O Campo de Aterragem do ZEPPELIN em Pernambuco
THE WESTERN TELEGRAPH CO. LIMITED


A Viagem do ZEPPELIN em volta do MUNDO


1ª Etapa
2ª Etapa
3ª Etapa
4ª Etapa

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Até os jornais da época se empenharam em produzir informação visual sobre o Graf Zeppelin, algo pouco usual pelas dificuldades técnicas de reprodução e mesmo de desenvolvimento do planejamento gráfico nos periódicos diários. Leschko et al. (2014) destacam dois infográficos produzidos em periódicos cariocas (figura 32).

Figura 32 – infografias da passagem do Zeppelin pelo Brasil em jornais diários

Fonte: reprodução de Leschko et al. (2014)

Outro indício de que a revista se abria para a grande reportagem e buscava uma nova linguagem visual foi a reportagem de capa "Com *Bird* no Pólo Sul", de setembro de 1930 (figura 33). O conteúdo visual destoa do restante da revista e de outras edições, pois a matéria reproduz fotos de alta qualidade, cedidas pela Paramount. O leiaute é bem distribuído na diagramação, de um modo mais próximo do que viriam a ser, no futuro, as grandes reportagens da revista. O texto conta a saga de um jornalista inglês que acompanhou um grupo ao polo sul. Apesar de ser anunciada como especial para *O Cruzeiro*, a informação é duvidosa, pois o conteúdo é uma interpretação de uma reportagem estrangeira.

Já em 1932, a longa reportagem "Lampeão: o terror dos sertões nordestinos" (figura 34), de Victor Espirito Santo, foi destaque da revista, com uma ilustração do cangaceiro na capa, algo raro em *O Cruzeiro*, já que antes de Lampião poucos homens haviam sido retratados na capa. O projeto gráfico privilegiava a *garota da capa*, sem o uso de manchetes. Nos dois casos em que a capa anunciou reportagens, o personagem foi um homem, pois o público imaginado pela revista para a reportagem era masculino. Isso fica claro nas chamadas de capa da edição 48, de 1947: "Quatro grandes reportagens" e "Um romance para as mocinhas".

Figura 33 - leiautes da reportagem “Com Bird no Pólo Sul”, *O Cruzeiro* (1931, nº 99)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Figura 34 – “Lampeão o terror dos sertões nordestinos”, *O Cruzeiro* (1932, nº 18)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Considerada uma grande reportagem pela própria revista, que assim a destacou, o trabalho tem edição aprofundada para a época e um fluxo narrativo visual que acompanha o texto quase até o final, sobrando apenas uma página diagramada fora da sequência. Assim como para as matérias do Graf Zeppelin, a edição visual recorreu ao mapa para localizar a área de atuação do "Rei do Cangaço", publicado em página inteira. No caso de reportagens, o uso de imagens com funções infográficas era ainda algo raro. Recorrer às imagens como recurso didático, em consonância com o texto, é uma transformação importante na cultura visual da imprensa. Na era digital, o uso de infografia, grafismos e imagens científicas toma o lugar da fotografia como vetor de informação visual. *O Cruzeiro* adquiriu experiência com recursos visuais informativos com a passagem do Graf Zeppelin, mas a incorporação de novos tipos de imagens às narrativas de notícias e reportagens demonstra que a edição visual no jornalismo se aperfeiçoava e a reportagem moderna começava a se moldar.

Outro aspecto é a longa viagem do repórter, algo que se tornará corriqueiro na década de 1940, quando as grandes reportagens serão o carro-chefe da revista. Victor Espirito Santo foi ao sertão refazer os passos de Lampião e relata a sua saga: "Ouvi diversas vítimas do cangaço; passei por lugares onde Lampião deixou o luto, o desespero, a miséria; colhi cartas cheias de ameaças e extorsões escritas do próprio punho" (SANTO, 1932, p. 28). A edição visual cria o imaginário dos lugares por onde o cangaceiro andou e dá a mostra de sua letra, usando meia página para reproduzir a carta de próprio punho colhida durante a apuração. A narrativa começa com uma biografia de Lampião e narra a crueldade dos cangaceiros. Para reiterar esse discurso, reproduz a foto da mulher marcada a ferro, das casas destelhadas e da família que foi atacada. Não há menção a um fotógrafo ter acompanhado a viagem e as imagens foram veiculadas sem créditos.

As fotografias foram documentadas em velocidade baixa e com a necessidade da pose. O arranjo da diagramação cria uma linha visual para dentro da página, aproveitando a perspectiva de duas composições e criando uma sintaxe sofisticada para a época, com uma economia eficiente de elementos visuais. As páginas contínuas favorecem a leitura e a visão global do esforço editorial. Nas décadas de 1930 e 1940, *O Cruzeiro* incorpora à sua linguagem gráfica uma separação que viria a ser comum na cultura visual jornalística por longo tempo. "Fixou-se ali uma fronteira: enquanto a fotografia acompanhava as reportagens, a ilustração contracenava com os textos literários ou humorísticos" (A REVISTA, 2000, p. 71).

Essa fórmula dava poder de persuasão às páginas da revista, mas o visual era ultrapassado em relação à estética já em voga nas revistas europeias, além de o conteúdo editorial estar desconectado do público. “O mundo pós-Primeira Guerra queria reportagens e fatos atualizados. Por tudo isso, a tiragem da revista, que antes esgotava rapidamente, vinha apresentando uma perigosa queda” (NETTO, 1998, p. 49). Segundo Lima (2009, p. 220), “depois de João do Rio parece haver um hiato na evolução da reportagem brasileira que só vai ser retomada significativamente após a Segunda Guerra Mundial”. Uma hipótese do autor é a de que o sucesso literário da chamada “Geração de 30”, composta por escritores como Graciliano Ramos e Rachel de Queiroz, além da censura do Estado Novo, teriam inibido “qualquer corrente vigorosa de jornalismo de profundidade”. Faro (1999, p. 74) considera plausíveis essas ideias, mas pondera que as produções de João do Rio e Euclides da Cunha eram esporádicas, solitárias e lhes faltava uma “instituição cultural” na imprensa. O autor considera que a imprensa só obteve condições de abrigar um jornalismo investigativo sistemático, ou seja, de reportagem, nos anos 1940. A profissionalização e a formação universitária seriam fatores determinantes para a mudança desse cenário, no qual a reportagem passa a ser intermitente e realizada em coletivo, em uma redação profissional. “Reportar, a partir dessas transformações, é uma atividade que exige técnica associada à investigação” (FARO, 1999, p. 75).

Em *O Cruzeiro,* a integração verbo-visual criada pela edição de um material de narrativa longa dá sinais de que a reportagem estava sendo valorizada. Para Faro (1999, p. 80), as revistas *Diretrizes* (1938-1946) e *O Cruzeiro* “consolidaram a existência da grande reportagem na imprensa brasileira”. De propriedade do jornalista Samuel Weirner, antigo aliado de Getúlio Vargas, *Diretrizes* era semanal e recebia a colaboração de nomes consagrados, como o escritor Jorge Amado e o ilustrador Santa Rosa. Fora a capa, não ousava na apresentação visual, mas as reportagens aprofundadas foram a marca da revista, destacando-se entre as mais famosas “Granfinos em São Paulo” (1943) (figura 35), de Joel Silveira, sobre como vivia a alta sociedade da capital paulista. Foi publicada em duas edições a pedido dos leitores e enfureceu a sociedade paulista. O desenvolvimento da grande reportagem enquanto gênero que flertava com a literatura recebeu uma contribuição fundamental de Silveira, cujas reportagens tratavam de grã-finos e também de “marginais” (figura 35). O leiaute de *Diretrizes* para as reportagens era simples e sempre incluía fotografias com valor de documento. Nem todas as páginas eram diagramadas, mas sim paginadas. Normalmente, isso ocorria na continuação do texto, distribuído de modo vertical.

Figura 35 – reportagem “Granfinos em São Paulo”, *Diretrizes* (1943, nº 178)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Figura 36 – reportagem “A miséria cria um mundo”, *Diretrizes* (1943, nº 203)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Em “A miséria cria um mundo: a história dos ‘marginais’ gaúchos”, as fotografias revelam a ambiência que o texto constrói. O repórter descreve os locais visitados e não acrescenta depoimentos dos personagens. As fotografias informam com clareza a situação, mas o repórter não se aproveita disso para deixar o texto mais enxuto, descrevendo minuciosamente o local de moradia das famílias e a feição das pessoas. A reportagem chama a atenção para a situação de miséria, expõe as pessoas na capa e foca na análise das contas do Estado e na busca de soluções. O uso da imagem de pessoas comuns em retrato frontal é algo que vai se repetir ao longo de toda a trajetória da grande reportagem brasileira. Nessa época, a revista não creditava os fotógrafos e as funções da produção visual descritas no expediente eram ilustração e paginação, refletindo um momento do jornalismo visual em que oficina e redação viviam separados.

Chama a atenção a concepção gráfica das capas, porque se espelha no recurso da americana *Life,* com a faixa vermelha no rodapé e fotos espontâneas com manchetes, algo raro (figura 37). A grande reportagem já aparece destacada como um filão. Na mesma época, *O Cruzeiro* publicava preferencialmente *garotas da capa*, sem chamadas. Guardadas as devidas proporções – a tiragem de *Diretrizes* era de apenas cinco mil exemplares – fazia barulho na imprensa e era a maior concorrente de *O Cruzeiro*.

Figura 37 – capas da revista *Diretrizes* (1941, nº 77 e 1942, nº 93)

Fonte: https://www.levyleiloeiro.com.br/peca.asp?ID=443064&ctd=1&tot=&tipo=.
Acesso em 17 nov. 2018.

Na Europa, as revistas experimentavam uma nova onda estética que revolucionava a cultura visual, com um modelo de grandes fotorreportagens de expressão refinada e diagramação dinâmica. Para a grande reportagem, as revistas ilustradas forneceram um modelo de fotorreportagem imitado em publicações do mundo todo. *O Cruzeiro* foi a fiel representante no Brasil, copiando leiautes, poses e abordagens das fotorreportagens da *Vu*, *Life* e *Match* e desenvolvendo no país o fotojornalismo moderno (COSTA, 2012b; PEREGRINO, 1991; ALI, 2009). Os antecedentes dessa revolução ocorreram na Alemanha, nos anos 1920, com o uso criativo da diagramação das fotografias, elaborando um espaço narrativo visual em uma edição gráfica moderna (figura 38). A influência do cinema aparece nos primeiros anos, com a publicação de fotos em sequência e arranjos buscando movimento. O trabalho de diagramação das imagens no espaço gráfico dos jornais e revistas da Alemanha criou novas possibilidades para o design, a fotografia autoral e a valorização da informação visual como vetores informativos e expressivos. Demonstrou, ainda, o poder da edição visual no ato de pensar a página como um todo.

Houve uma mudança na passagem de uma geração de artistas para outra. Em *Fotografia: uma história cultural*, Mary Warner Marien (2011, p. 224) observa que "onde a geração anterior de artistas e fotógrafos condenou a imprensa de massa como prejudicial ao espírito e ao intelecto das pessoas, a geração seguinte viu tanto o potencial visual quanto o potencial de comunicação". Assim, vanguardas artísticas começam a influenciar o design das páginas. "Os criadores que trabalham com cinema ou fotografia ressaltam a noção de que suas mídias não eram apenas semelhantes entre si, mas também eram como os jornais e revistas ilustrados"[21]. As experiências com artes visuais em Berlim tornaram-se conhecidas em toda a Europa, sendo que o *Berliner Illustrirte Zeitung* (*BIZ*) chegou a vender dois milhões de cópias após reformular seu projeto gráfico para abarcar muitas fotografias[22] (MARIEN, 2011, p. 224).

Helouise Costa produziu uma minuciosa pesquisa para sua tese de doutorado *Um olho que pensa: estética moderna e fotojornalismo*, sobre a origem das revistas que viriam a influenciar *O Cruzeiro.* Em sua análise, pondera que o embrião dessa cultura ilustrada está em um híbrido entre o jornal e a revista: os semanários de atualidades ilustrados. A novidade dessas publicações era o uso da imagem como um recurso pedagógico. O pioneiro é o *The Illustrated London News,* de 1842, que, na capa do número 1, avisa sobre seu ineditismo e audácia gráfica. "Cruzamos uma vez mais os limites de um novo oceano, (...) tomamos de assalto o universo do jornal e levantamos a bandeira na qual as palavras 'notícias ilustradas' tornam-se símbolo de

[21] Tradução livre.
[22] Tradução livre.

um propósito mais arejado e um design mais encorpado." Na França, pouco depois, em 1843, o *L'Illustration* inaugura projeto semelhante. "*L'Illustration* será, em uma palavra, um espelho fiel que refletirá, em toda a sua atividade maravilhosa e sua agitação variada, a vida da sociedade do século XIX"[23]. Essas publicações funcionavam como enciclopédias ilustradas da vida moderna, com assuntos variados de intenção pedagógica. Também eram comercializados fascículos com temas variados que podiam ser guardados.

Com a industrialização da imprensa e a possibilidade de impressão de fotografias em meio-tom e rotogravura, esse modelo de periódico dá lugar às revistas ilustradas modernas. O surgimento das câmeras de pequeno formato, a Leica e a Ermanox, também será determinante para a criação da fotorreportagem moderna. Para Costa (2012c, p. 213), o potencial das novas tecnologias de reprodução foi mais bem aproveitado na Alemanha durante a efervescência cultural da República de Weimar, período anterior ao domínio nazista, de 1918 a 1933. "A democracia vigente e a ausência de censura impulsionaram o florescimento de uma imprensa dinâmica e diversificada." Dois periódicos foram fundamentais para a construção visual da imprensa ilustrada moderna, o *Berliner Illustrirte Zeitung* (*BIZ*) *e o Münchner Illustriert Presse* (*MIP*) (figura 38), nos quais fotógrafos renomados colaboraram, como Erich Salomon, Alfred Eisentaedt, André Kertész e Martin Munkácsi. "A grande contribuição dessas publicações foi o desenvolvimento de soluções específicas para a adaptação da imagem fotográfica à página impressa dos periódicos de atualidades, com base em um novo tipo de fotografia" (COSTA, 2012c, p. 314).

Com as câmeras de pequeno formato, tornou-se possível produzir séries de fotografias em sequência que seriam a base da potência criativa dos leiautes, além de instituir o flagrante, trazendo espontaneidade para as imagens e discrição para o fotógrafo. A renovação da linguagem da fotografia e do design de página apresentava semelhanças com a montagem cinematográfica, com sequências e cortes em uma diagramação dinâmica. O redator-chefe da *BIZ*, Stefan Lorant, estudou fotografia e cinema, sendo realizador de filmes anteriores à experiência com a revista. Como diretor, orientava os fotógrafos a seguirem uma abordagem de acordo com os leiautes pretendidos para a reportagem e as suas soluções gráficas foram amplamente imitadas por outras revistas da época. O estilo alemão espalhou-se pela Europa, na

[23] As duas citações foram traduzidas por Helouise Costa (2012c, 204), da capa do *The Illustrated London News*, que pode ser visualizada na Biblioteca do Congresso Americano, e da tese doutorado de *Thierry Gervais, L'Illustration photographique: Naissance du espetacle de I'information* (2007). Disponível em: https://issuu.com/lhivic/docs/l-illustration-photographique. Acesso em 22 nov. 2018.

França, com a *Vu* (1928) e a *Match* (1938), e na Inglaterra, com a *Picture Post* (1938) (COSTA, 2012c).

Figura 38 – capas da *BIZ* e *MIP*

Fonte: The Internacional Center of photography (www.icp.org).

O profícuo período entreguerras (1918-1939) não haveria de esperar por imagens tão chocantes quanto as que a II Guerra Mundial vai engendrar. Muitos conflitos ocorreram na Europa antes de sua eclosão, obrigando os inúmeros artistas, fotógrafos, jornalistas, designers, diretores de empresas e técnicos do setor gráfico a migrar para outros países, sendo fundamentais para o aperfeiçoamento dos periódicos da Europa e Estados Unidos. Stefan Lorant foi para Londres, editou a *Picture Post* e a *Weekly Illustrated* e mudou-se para os Estados Unidos na década de 1940. Kurt Korff, ex-diretor da *BIZ*, seguiu para os Estados Unidos, em 1935, para a implantação da *Life*, que viria a desenvolver de maneira efetiva a linguagem gerada nas revistas europeias, tornando-se "a mais influente revista de fotojornalismo do mundo" (ALI, 2009, p. 358). Muitos fotógrafos foram para a América, como Alfred Eisensedt e Martin

Munkácsi[24], assim como designers, artistas e professores ligados às vanguardas criativas, entre eles Laszlo Moholy-Lagy, que implantou em Chicago a Nova Bauhaus (COSTA, 2012c).

Outro migrante importante, o russo Alexey Brodovich, desembarcou nos Estados Unidos na década de 1930 para criar um curso de publicidade. Na Filadélfia, fundou o Laboratório de Design, formação influente para uma geração de designers americanos. Conquistou o respeito dos fotógrafos por editar as páginas valorizando as imagens com cortes e ritmos na folha e no folhear. "Comparava as páginas duplas com a sequência de um filme e usava o termo 'fluxo' para descrever a narrativa e o ritmo de páginas" (ALI, 2009, p. 148, 150). Seu estilo colaborou na construção do design moderno das revistas de moda, sobretudo enquanto diretor da *Harper's Bazaar,* de 1934 a 1958.

A estadunidense *Life* chamou as reportagens ilustradas de "ensaios fotográficos" (FREEMAN, 2014). Costa (2012c, p. 319) lembra que a revista aperfeiçoou princípios da fotorreportagem que já existiam no final da década de 1930, desenvolvendo a fórmula de uma forte estrutura narrativa para as reportagens. "Deve-se considerar que a *Life* amadureceu certas soluções e desenvolveu algumas potencialidades apenas esboçadas nas revistas anteriores a ela". Muitas inovações a transformaram em um grande sucesso editorial e, com o desenvolvimento da publicidade, pôde ser vendida a 10 centavos de dólar. Era produzida em *offset,* no papel couchê, um privilégio para época, o que gerava um efeito de contraste para a identidade visual da revista em relação às demais, impressas em rotogravura no papel amarronzado. Em relação ao conteúdo, criou um forte vínculo com o povo norte-americano, com reportagens de recantos e contrastes dos Estados Unidos e do mundo. Para Ali (2009, p. 358), "nos tempos que precederam a TV, *Life* mostrou aos americanos um mundo que eles não conheciam – dos primitivos índios da Amazônia à sofisticada realeza britânica (...)".

A equipe editorial era extensa e a produção visual recebia a colaboração de vários profissionais. "A fotorreportagem era um trabalho em equipe em que atuavam um ou mais fotógrafos, um editor e um artista gráfico" (COSTA, 2012c, p. 319). Freeman (2014) destaca como um dos primeiros ensaios clássicos a explorar o potencial das estruturas narrativas a reportagem "Country Doctor" (figura 39), fotografada por Eugene Smith, em 1948, e diagramada pelo gerente editorial Ed Thompson e o diretor de arte Charles Tudor.

---

[24] O húngaro Martin Munkácsi (1896-1963) conseguia, a partir de técnica apurada, capturar o movimento quando esse tipo de imagem só era possível sob muita luz. As primeiras experiências dele na imprensa foram com a cobertura de esportes e o registro do movimento; desde então, tornou-se a marca de suas fotografias. Suas imagens realizadas para o clássico periódico alemão *Berliner Illustrirte Zeitung* (*BIZ*), nos anos 1920, são consideradas precursoras de técnicas e estéticas adotadas pelo fotojornalismo moderno. Quando se muda para Nova York, fugindo da guerra, influencia o desenvolvimento da fotografia de moda na revista *Harper's Bazaar,* de 1934 em diante (ALI, 2009).

Figura 39 – “Country Doctor”, *Life* (11/10/1948)

Fonte: Reprodução de Freeman, 2014.

Sobre as fotos posadas para criar a narrativa, Eugene Smith (apud FREEMAN, 2014, p. 46-47) justifica: “A maioria das reportagens fotográficas demanda certa preparação, reorganização e direção de cena para dar coerência editorial e pictórica às imagens... isso é feito com o propósito de melhor traduzir o espírito da atualidade, e é totalmente ético”. Foram quatro semanas para produzir esse ensaio. Smith recebeu um *script* para seguir e, embora tivesse liberdade de fotografar outras cenas, a maiorias das fotos escolhidas foram montadas. Posteriormente, Eugene Smith usará imagens mais espontâneas para também criar narrativas como em “The Spanish Village” (figura 40).

Figura 40 – “The Spanish Village”, *Life* (04/06/1951)

Fonte: Disponível em: https://www.slightly-out-of-focus.com/W_Eugene_Smith_Spanish%20Village.html.

Toda essa movimentação do setor editorial chega ao Brasil por meio de *O Cruzeiro.* Antonio Accioly Netto (1998, p. 125-127) optou por uma mudança gráfico-editorial, implantando o modelo das grandes reportagens. Segundo Costa (2012b, p. 24), a estética de *O Cruzeiro* assemelha-se à da *Match*. "A orientação da *Match* desde o início privilegiava o uso da foto posada, do truque e do sensacionalismo, características abarcadas pelo conceito de 'fotochoque'". Inicialmente, as mudanças não foram ainda significativas – como se pode notar na reportagem sobre Lampião (figura 34) –, até a chegada do fotógrafo francês Jean Manzon (1915-1990) à equipe editorial. Imigrante por força da guerra, Manzon chegou ao Brasil em 1943. Primeiro trabalhou no Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) do governo Getúlio Vargas, mas conseguiu o emprego na revista no mesmo ano. Manzon foi fotógrafo da *Match e Vu* e trouxe em sua bagagem a experiência dessas revistas ilustradas.

Naquela época, os fotógrafos das redações não eram reconhecidos profissionalmente no Brasil. "Será um trabalho marginal na imprensa até o final dos anos 1940, praticado por homens de pouca escolaridade, vindo de estratos mais baixos que os jovens estudados e, às vezes, 'bem-nascidos'" (VIDAL E SOUZA, 2010, p. 107). Manzon vai quebrar esse estereótipo e trazer credibilidade para a profissão. A liberdade para usar 10 páginas da revista para suas fotorreportagens foi um sucesso, e logo se instituiu a dupla com David Nasser no texto. Segundo Costa (1998, p. 141), entre agosto de 1943 e agosto de 1951, o material realizado por Manzon somou 346 reportagens. A qualidade técnica das imagens é inquestionável, porém as fotografias passavam por um processo de estetização com manipulações, poses e interpretações que, muitas vezes, distorciam os fatos no intuito de causar uma experiência estética impactante.

A aceitação foi sendo consolidada e a revista passou a estampar na capa uma chamada para as "grandes reportagens". Accioly estava certo: o público queria realidade e atualidade e, paulatinamente, a capa de *O Cruzeiro* começou a anunciar mais grandes reportagens do que os famosos textos literários de seu conteúdo editorial. Nos exemplos da figura 41, vê-se a evolução da conquista de espaço gráfico para o gênero no projeto editorial. Com a instituição da fotorreportagem como aspecto narrativo e não apenas ilustrativo, outros fotógrafos e estilos surgiram, mudando gradativamente o panorama da visualidade jornalística da reportagem de revista no Brasil.

Figura 41 – capas e detalhe de anúncios de grandes reportagens,
O Cruzeiro (1947, nº 48 e nº 51)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

José Medeiros e Luciano Carneiro estão entre os principais expoentes das mudanças que causaram uma rachadura na revista entre uma escola sensacionalista, representada por Manzon, e outra de olhar humanista, avessa à foto posada e à encenação. Burgi (2012, p. 32) observa a mudança, de 1947 até o início de 1950: "Forma-se uma nova escola de jornalismo dentro de *O Cruzeiro*, que passa a se opor à reportagem como espetáculo, trabalhando em prol de uma imagem mais comprometida e documental, que incorpora cada vez mais temáticas da cultura e do povo brasileiro". A temática indígena era recorrente, bem como a problemática da seca e da migração dos nordestinos (figuras 42 e 43). Em 1951, Jean Manzon deixa a revista e a tendência da foto documental e objetiva aprofunda-se. As mudanças estéticas atingem a diagramação com a chegada do pintor e ilustrador Enrico Bianco (1918-2013) como diretor artístico.

Figura 42 – José Medeiros e a fotografia humanista, *O Cruzeiro* (1949, nº 33)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Figura 43 - Leiautes de “A fuga da seca e da miséria”, fotos de Eugênio Silva, *O Cruzeiro* (1952, nº 26)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

A proposta, mais arejada e com espaços em branco, enfrentou resistência pelo desperdício de anúncios. "Continuei editando a revista, dentro de minha proposta de modernizá-la, procurando dar ênfase às imagens mais relevantes de cada matéria e dessa maneira valorizar o engajamento dos fotógrafos com seus temas", explicou Bianco em depoimento a Sérgio Burgi[25]. Para burlar as críticas, seus maiores aliados eram José Medeiros e Luciano Carneiro, que iam ao seu apartamento para diagramar previamente as reportagens. Juntos, formavam uma linha de resistência contra o uso comercial exacerbado e as matérias pagas sem interesse jornalístico. Bianco queria mudar esse quadro para "uma revista comprometida com a informação objetiva e com temas e matérias densas e de interesse do leitor" e os dois fotógrafos eram seus companheiros.

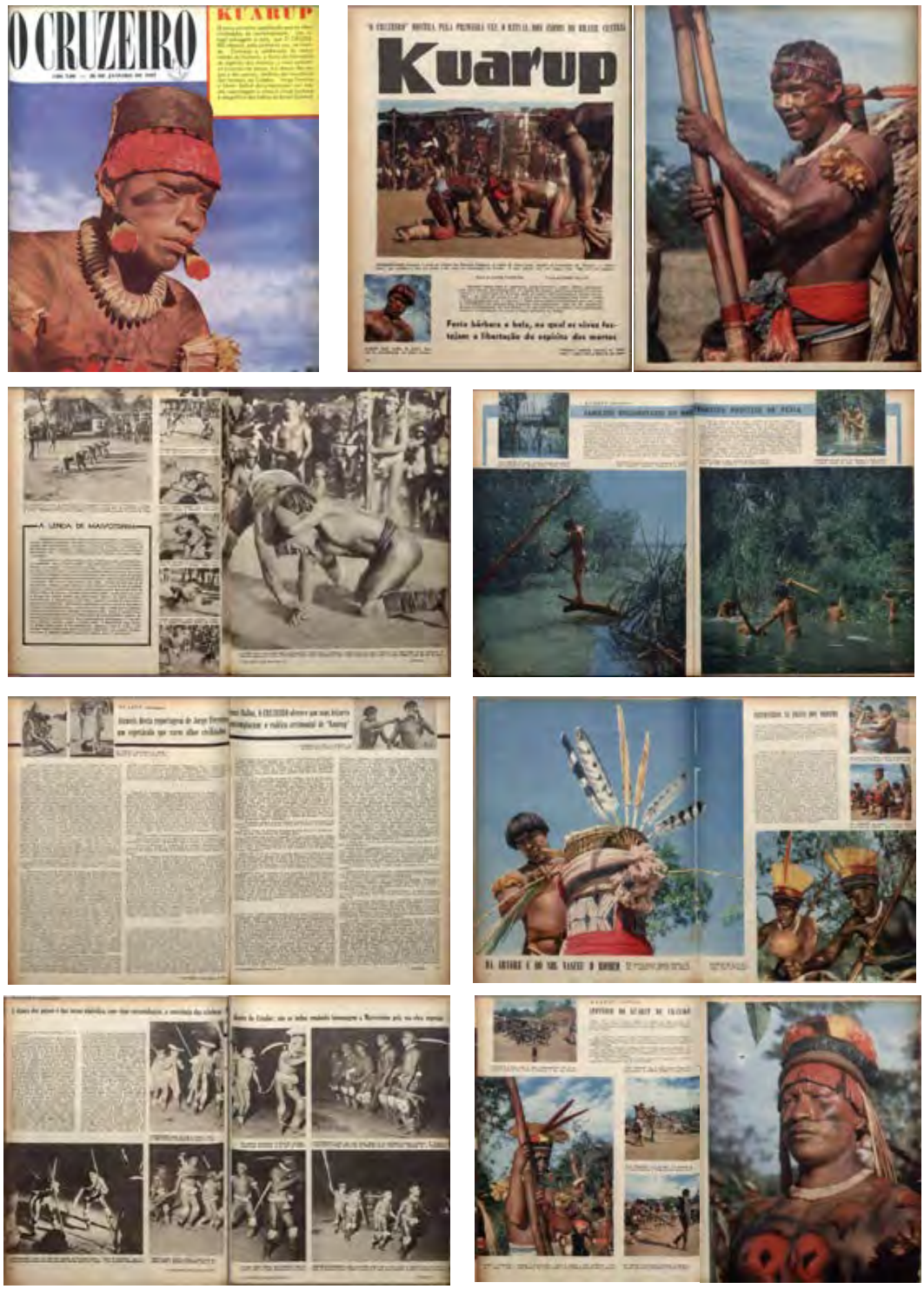
No mesmo depoimento, ele afirma que "(...) eram líderes no esforço de se formar e conquistar, através do fotojornalismo, um público voltado para a informação jornalística objetiva e de orientação humanista". E assim o fizeram: grandes reportagens emblemáticas do jornalismo brasileiro foram produzidas nesse período. Burgi (2012) identifica nessa década um legado de influências para o jornalismo visual brasileiro, pois toda uma geração de fotojornalistas seguirá a linha humanista. As páginas do *Jornal do Brasil*, que se tornará nessa década o mais importante do país, jamais seriam as mesmas depois do olhar humano dos fotógrafos Walter Firmo e Evandro Teixeira, geração que assume a escola de Medeiros e Carneiro.

Em 1957, um indígena estampa a capa de *O Cruzeiro* como resultado da reportagem "Kuarup", com texto de Jorge Ferreira e fotos de Henry Ballot (figura 44). A grande reportagem, de produção nacional, ocupa o espaço de honra da revista com chamada e foto de página inteira. Com narrativas visuais de conteúdo semelhante à *Life* e *Match,* mostrava lugares pitorescos do próprio país e do mundo e incorporava a imagem como efeito narrativo. No pós-guerra, teve o mesmo papel apontado por Ali (2009) para a *Life,* ao mostrar o Brasil aos brasileiros por meio de grandes fotorreportagens épicas. Como era distribuída em todo o país, contribuiu para o discurso do então presidente Getúlio Vargas sobre a necessidade de uma unidade nacional. Foi o primeiro produto impresso de massa no Brasil a atingir tamanha abrangência territorial. E, na década de 1950, tornou-se a imagem da modernização do país durante o governo de Juscelino Kubitschek (1901-1976), entre 1956 e 1961. Os textos revelavam originalidade e arrojo, sendo que repórteres de prestígio foram colaboradores da revista, como Antonio Callado, Audálio Dantas e Joel Silveira, para citar alguns.

---

[25] Informação verbal de entrevista concedida a Sérgio Burgi em 31 de setembro de 2012. Conferir Burgi, (2012, p. 37).

Figura 44 – grande reportagem nacional na capa, “Kuarup”, *O Cruzeiro* (1957, nº 15)



Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Nesta pesquisa, como o foco está nas revistas e jornais produtores de grandes reportagens, *O Cruzeiro* notadamente necessita de um espaço especial, porque ajudou a

desenvolver o gênero no Brasil. No contexto aqui definido, julgou-se ainda necessário citar a primeira vencedora do prêmio Esso, a reportagem "Uma tragédia brasileira: os paus de arara" (1955). Sua estrutura narrativa visual será explorada mais adiante, no capítulo 7, na fundamentação de elementos essenciais para uma análise visual.

A década de 1950 marcou o auge da revista que, a partir de 1959, começa a decair com a saída de seus repórteres e fotógrafos mais comprometidos com um jornalismo humanista e menos sensacionalista. Flávio Damm, José Medeiros e Walter Firmo se queixavam que a revista tinha se tornado prioritariamente comercial e, portanto, estava mais preocupada em criar situações sensacionais para aumentar a tiragem e conseguir receita, realizando "matérias pagas com o manto do jornalismo verdadeiro e sério" (PEREGRINO, 1991, p. 31). Essa postura, para Peregrino (1991, p. 33-34), propiciou um ambiente de corrupção na revista que iria dilapidar a empresa, mas os fatores da decadência também estavam ligados à concorrência com a televisão e outras revistas que surgiram, em papel couché e impressão *offset,* em especial a *Manchete* (1952-2000) e a *Fatos e Fotos* (1961-1980), associados à incapacidade de *O Cruzeiro* de renovar o gênero de revista, ficando "petrificado em fórmulas anteriores que não surtiam efeito na década de 1960". Uma nova fase do jornalismo visual brasileiro será embalada na força de um país de leitores jovens e fiéis às narrativas em profundidade.

Figura 45 – leiautes do especial "Brasília Ano I", *Manchete* (1960, nº 420)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br)

4.2 NARRATIVAS (RE)VISTAS

Na cultura visual da imprensa brasileira até a metade do século XX foi marcante o intercâmbio de artistas e designers estrangeiros na modernização dos leiautes, tanto na primeira fase da imprensa ilustrada, antes da reprodução de fotografias, quanto depois, com a modernização dos sistemas de impressão e dos projetos gráfico-editoriais. Essa troca não será diferente em uma nova fase da visualidade da imprensa brasileira, influenciada pelos padrões profissionais desenvolvidos sobretudo nos Estados Unidos, na concepção de revistas ilustradas e jornais, com a reforma do *Jornal do Brasil* e a criação do *Jornal da Tarde*. Quem dará o tom dessa fase na produção de revistas é a Editora Abril, uma empresa média, de propriedade da família Civita, que gradativamente se tornaria a líder do mercado e a maior editora de revistas da América Latina. Publicava *Pato Donald* (1950), *Capricho* (1952), *Manequim* (1960) e *Claudia* (1961). Uma de suas práticas era justamente enviar para o exterior equipes para estudarem ideias inovadoras. Carlos Maranhão, biógrafo de Roberto Civita, conta que "ao planejar uma nova revista, a Abril – a exemplo de outras editoras fora e dentro do Brasil – geralmente se basearia em fórmulas editoriais, comerciais e publicitárias testadas e vitoriosas nos Estados Unidos e na Europa" (MARANHÃO, 2016, p. 81).

Roberto Civita, filho de Victor Civita, estudou Jornalismo e Administração nos Estados Unidos e foi *trainee* da revista *Time*. Era conhecido como Robert. Em 1958, aceitou o convite do pai para voltar ao Brasil e implantar novas publicações, recusando a oportunidade de ser o número dois da *Time* em Tóquio, no Japão. No Brasil, Roberto pensou em criar três revistas: uma semanal de informação, que viria a ser a *Veja* (1968), outra, de negócios, a *Exame* (1971) e uma masculina, a *Playboy* (1978). Como referências tinha as americanas *Time*, *Fortune* e *Playboy*. Esses projetos foram amadurecidos por anos, até se concretizarem (MARANHÃO, 2016).

Para a reportagem brasileira, a Abril foi fundamental na renovação das narrativas visuais. Se *O Cruzeiro* elevou o fotojornalismo e a diagramação, as revistas jornalísticas da editora injetaram uma dose de criatividade, incorporando infografia e outros recursos, como janelas, quadros, fotoilustrações e fotografias de expressão autônoma e pessoal. Pode-se afirmar que as revistas da Abril aperfeiçoaram a edição visual no país, integrando os textos à visualidade de modo que o título e os destaques, como olho e janelas, estivessem conectados às fotografias, mapas e demais elementos no todo da página, criando sintaxes verbo-visuais sofisticadas.

Quatro Rodas abriu o caminho para a reportagem aprofundada nas publicações da editora. "Em 1960, (...) a Abril passou a ter uma publicação de caráter jornalístico, com reportagens, matérias de serviço e independência editorial" (MARANHÃO, 2016, p. 167). No primeiro número, um mapa colorido desdobrável da Via Dutra era complementado por uma longa matéria de serviço sobre a estrada. Mino Carta e Roberto Civita foram os autores da reportagem. Na apuração, percorreram 406 quilômetros para avaliar restaurantes, postos e hotéis que estariam na edição como pontos de apoio aos motoristas na estrada. Em uma aventura que seria comum nas outras edições, o mapa se estabeleceria como a marca registrada da revista e resultaria em uma publicação anual, o *Guia Quatro Rodas*, referência em publicações de mapas rodoviários do país.

As reportagens de *Quatro Rodas* eram criativas na pauta e na construção visual. Limpo e arejado, o projeto gráfico era organizado em seções e primava pela edição de texto e pela função pedagógica sobre o universo dos carros, já que utilizava vários desenhos explicativos sobre a estrutura dos veículos. A edição número 9, de 1961, editou um mapa do sudeste ao sul do país (figura 46). A revista não classifica esse conteúdo como reportagem, até por que a reportagem de serviço não era um gênero desenvolvido no país. Considerada uma grande pesquisa, dispõe-se com as retrancas "Turismo" e "Mapa" no sumário, mas não há créditos para o texto ou fotos. De qualquer modo, é um material extenso, com muitas informações, também obtidas na viagem que a revista relata ter realizado pela BR-2, que liga São Paulo a Porto Alegre. Na narrativa visual, as cenas panorâmicas prevalecem, com imagens de paisagens e poucos registros de pessoas.

Embora a revista tenha começado desacreditada, por circular em um país com péssimas estradas e que produzia poucos carros, em seis meses a tiragem pulou de 30 para 70 mil. Esse sucesso também se deve à qualidade da redação, composta por profissionais como Mino Carta, João Werneck de Castro, Sérgio de Souza e Paulo Patarra. Parte dos jornalistas de *Quatro Rodas* vão integrar a redação de *Realidade*. Fórmulas editoriais dessa experiência serão exportadas para compor a mítica revista de reportagens.

O jornalista Paulo Patarra entrou na Editora Abril à espera do lançamento de alguma revista de interesse geral. "Quando assumi a Direção de *Quatro Rodas*, trocamos turismo por índios: 'O povo [que] deve morrer'. Carlos Azevedo [repórter] ficou com o fotógrafo Luigi Mamprin quatro meses no mato, às escondidas da cúpula[26]." Carlos Azevedo contou, em depoimento, que "Patarra queria dar uma demonstração à empresa de que a equipe de *Quatro*

[26] Informação verbal colhida da entrevista "Jornalista tem que saber ler" concedida a Gil Campos em 20/04/2007, para o site da Associação Brasileira de Imprensa. Disponível em: http://www.abi.org.br/entrevista-paulo-patarra/. Acesso em: 30 jul. 2019.

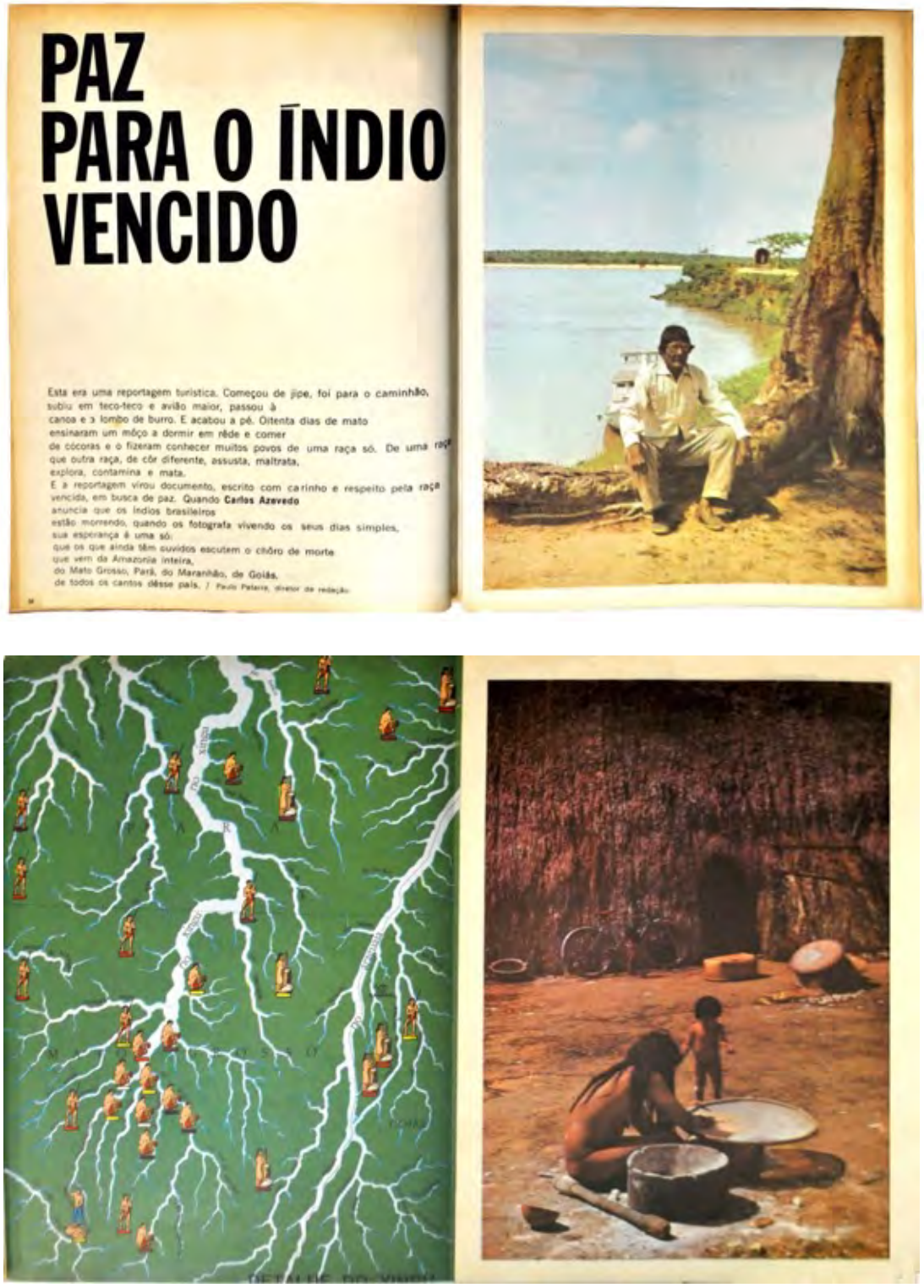
Rodas estava em condições de fazer essa revista [de reportagens]. Por isso ele pensou no projeto dos índios, matéria totalmente diferente dos tradicionais roteiros turísticos”[27] (figura 47). Conseguiu dar a prova e levou para a revista parte da equipe e alguns colegas que estavam em outras publicações, entre eles, Eduardo Barreto, que se tornará o chefe da arte.

Figura 46 – leiautes de *Quatro Rodas* e seus mapas desdobráveis (abril de 1961, nº 9)

Fonte: acervo pessoal.

[27] Informação verbal em depoimento, ver Severiano (2013, p. 57).

Figura 47 – leiautes de “Paz para o índio vencido”, *Quatro Rodas* (fevereiro de 1965, nº 55)

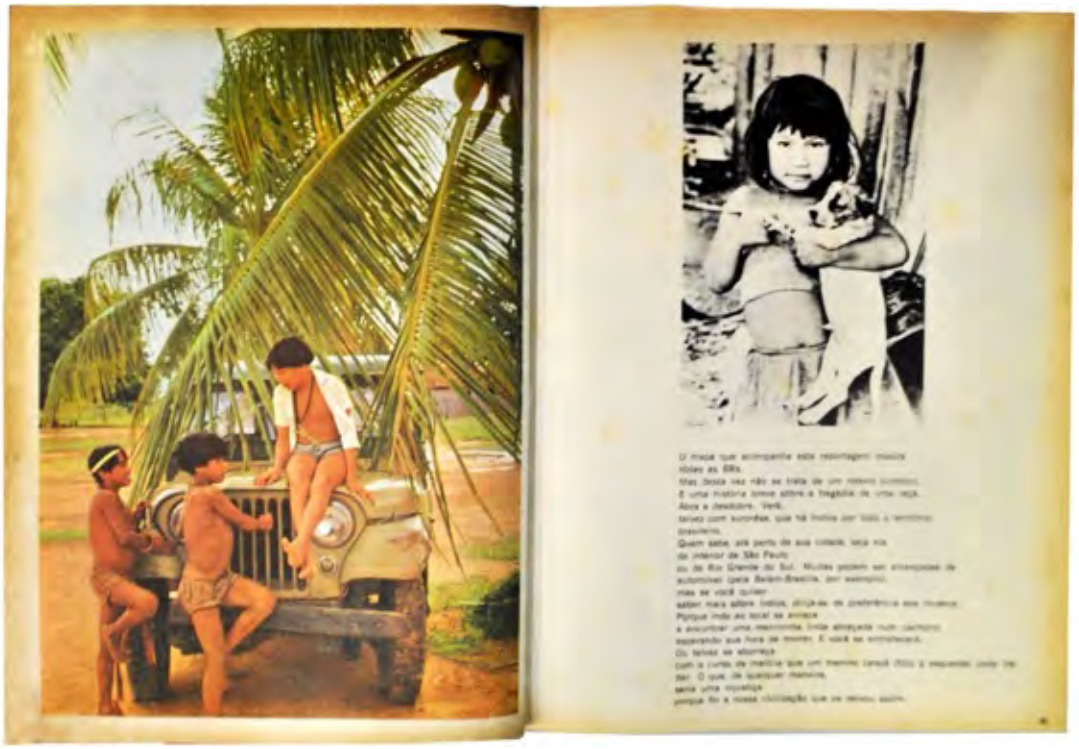


PAZ PARA O ÍNDIO VENCIDO

Esta era uma reportagem turística. Começou de jipe, foi para o caminhão, subiu em teco-teco e avião maior, passou à canoa e à lombo de burro. E acabou a pé. Oitenta dias de mato ensinaram um môço a dormir em rêde e comer de cócoras e o fizeram conhecer muitos povos de uma raça só. De uma raça que outra raça, de côr diferente, assusta, maltrata, explora, contamina e mata.

E a reportagem virou documento, escrito com carinho e respeito pela raça vencida, em busca de paz. Quando **Carlos Azevedo** anuncia que os índios brasileiros estão morrendo, quando os fotografa vivendo os seus dias simples, sua esperança é uma só: que os que ainda têm ouvidos escutem o chôro de morte que vem da Amazônia inteira, do Mato Grosso, Pará, do Maranhão, de Goiás, de todos os cantos dêsse país. / Paulo Patarra, diretor de redação


ÍNDIOS DO BRASIL
Macapá
Belém
São Luís
Fortaleza
Natal
João Pessoa
Recife
Maceió
Aracaju
Salvador
Manaus
Rio Branco
Cuiabá
Brasília
Goiânia
Belo Horizonte
Vitória
Niterói
Rio de Janeiro
São Paulo
Curitiba
Florianópolis
Porto Alegre
QUATRO




O POVO
QUE DEVE
MORRER


O POVO
QUE DEVE
MORRER

A GUERRA DOS QUATRO SECULOS

A mão de Pedro Gomes acusa a guerra: os canoas não estarão do seus lados.

quem morre agora

para a luta, sem amo

O POVO QUE DEVE MORRER

Depois da mandioca ralada, índio mastiga na rede

O mapuia colaga sua a atração do pai (sul do Pará).

Canção de antigaga na tarde (ao de sua Bacaxi), no alto, Maximo canção, nada mais, sua no Tamanho de terra.

XINGU, O ÚLTIMO REFÚGIO

Usaram de cuidar e pediu cuidarem as tribos os indígenas do Xingu foram bem

Vilas Boas, Eduardo Galvão, Darcy Ribeiro, Gustavo Martinez, e Rondon, que muito ajudou desses homens para poder ter juntos, são respectados, quando se fala em índio, em todo o mundo.

Os dois milhões de hectares de reserva do Xingu foram conseguidos após dura luta, contra os interesses e ganâncias do Mato Grosso e Pará. Foi, talvez, a única vitória dos índios na sua luta para sobreviver.

uma cultura singular

Há muito tempo reunidos numa região de matas nos Estados e cultura, formadores do rio Xingu (no Estado Tupiaçu Guarani) e grande rigor, 10 grupos indígenas de diversas línguas não criaram há séculos uma cultura comum, em meio de vida de cada grupo mantendo-se o seu próprio traço de cultura ou seja de tribo. Mantiveram ter grande flexibilidade. Já estão na sexta geração, sendo a

Meninas bem gordas e longos cabelos. Sem os de longo e bonitos cabelos negros.

tempo de epidemia

Sarampo-varíola, como sabemos, gerou-se também, no Xingu a tristeza do povo. Desde o século passado os índios singuanos conseguiram e se conservaram nos encontros com os brancos. De 3 mil pessoas em 1884 (Karl von Den Steinen), com 30 aldeias, baixou se reduziu a 882, morando em 10 aldeias em 1962. Desorganizaram-se, sem grandes tentas de alimentos, estavam entre as tribos destruídas e desaparecer em contato com o branco.

Hoje o SPI, associado a Fundação Brasil Central e a FAB, recuperou as tribos indígenas gradativamente mantendo uma grande reserva. O mesmo pelas ter sido fiscalizada por Orlando Villas Boas (Ali) e colocou a região como tal. Por isso os índios do Xingu se recuperam.

Em 1964 foi autorizado a maior tura prova de sua sobrevivência. Uma epidemia de sarampo, comparada com grave que tinha dizimado a sul, e que teria também sobrevivido ele. Dos quase 800 índios (Colombo em Tatuápe) 400 mais eram adultos. 14 homens. Morreram muito pelo ter se

Morte de urubu vem a cavalo

A última jovem da aldeia de Santo Antônio.

Na manhã mais do Maratitão, lá onde o nascem guardas é chamado de capelão porque seu canto se ultimo-se perto cito de igreja, e de nós Bororo, Tyri e Pindaré haviam uma larga pacia, eram as aldeias, de fato tudo, mandamos os gato e onça para branco amolgaram.

Bela para a um parente da onça, de outro, mais bonito (Jaguarete Ipotea), que as onçaprata do mundo juam como cisaco. Por Ela, branco esperaia muito desde Sinda em Aniquiqua, passando por Pyrá e Marcondes. Parque a outro vale dinheiro (de 40 a 10 mil cruzeiros), na 20 anos uma nota de conversações certas as aldeias uruiau, interessando bem. Jogando um nos contra o outro, abastecendo-os com a ilusão de cachaça, do facão ensaboado, do perfume barato e de miçanga.

a volta do sgi

Ninguém se lembrou de que os Uruiau precisavam ter terras demarcadas, nem de que necessitavam alguns dos seus de sangue que em 1950 metiu 150 pessoas. Durante muitos anos os índios foram derrotados a própria sorte, levados para cacaueiras, bandeirantes e comerciantes que viam em Santa Teresa, mistaqi que a procura pelo cauro de gato foi nascer no meio da mata.

Quando o governo federal, construção uma reserva (gente Kiki Luiz e Bernon ninguém se importou em era atravessarem as não as aldeias uruiau. Nem houve reclamações quando a Sudene resolveu ir colonizar terras devolutas. Em pleno de índio, apesar da mudança que era provocar na sua vida. A maioria foi trazida até hoje não conhecer a as aldeias se desenvolvam mais pouco com mais domínio que se trabalhassem trucaram. A Sudene colegio, sabia hoje nas matas, Olavo de Lourdes quis fornecem uma Uruiau, perto de seu estabelecer e na não na terra. Muito conhecer outros frases trazido as terras dos índios, criaram cacaueiros de pinus, comerciantes. E o SPI nunca fizer nada.

Não um dia os índios se revoltaram, Eram aos montanhas por um Maraiu. A resolveram voltar a guerrear o branco. Na aldeia do capitão João, 350 índios dos índios as aldeias se preparam para resistir? O exemplo do Sudene e a vila mineiraria Ipaguaçú, o Sudene chamou Ipaguaçú e só ainda dia vaia. O maiaiu foi pires, os índios pacificados em promessa de que em breve terão as aldeias demarcadas. Por enquanto a mineiro facões e pedaço de fumo.

a morte viaja de burro

Acompanhando o trajeto de índio os comícios de mascates viajam e bondo de burro as encontro dos índios. Nas cangalhas não a ainda na navalha, o por tecido, a dita mi-garota, e espingarda mais vagabunda. Em cada aldeia e que chegam são o carregadas de couro de gato, as aldeias trazem também carregadas, de gripe, bronquite e infecções, mas tudo é grátis com os presentes. A morte ai de Bagaço.

O resultado é que dos 31 aldeias com 750 pessoas existentes em 20 restam 10 com menos de 400. A aldeia chamada Santo Antônio que teve a má sorte de ficar perto do aldeamento de Sudene, de 50 pessoas em restaurou a 4 homens e 2 mulheres. Criança, nenhuma, e a única mulher ca de um algumas nasce vem de 2 ai mais de quatro que só ainda. Outras aldeias próximas de 20 — do capitão José, capitão Bernardo e capitão Tucano — com suas poucas pessoas não chegam a 150 pessoas. E o número de crianças é pequeno, porque muitas morrem e depois, porque a mulher atuiu, se falha muito na roça, só tem filho de cinco em cinco anos para não ainda Deus. Comeram uma ave que provocou abortos.

A aldeia do capitão Tucano está tão continuando de saberem no fim do ano passado, que o transmitia ao branco que por a passaram. Ao chegar pas sofrem muito e, a tarde, estão em engaiaçadas. Durante a noite são sem bolinha branca.

Mais longe da estrada foram mais aldeias. Lá não se vai de burro, se a pé ou bicicleta na mata. Nelas não as aldeias do capitão Chiquinho, capitão Neto e do capitão João. O branco chega raramente e a aldeia de chefe anda cada vez alguns com Bororo índios, quase 300, são de 20 em outubro. De 34 quilômetro a frente os brancos carregados de farte e ação. Então nem nomeiam do que não conhecem que trazem na farte se não. Mas logo antes atraídos se não recebem, a sem remédio e farau.

SÓ CAIAPÓ VELHO CONHECE MENTIRA DE BRANCO

Cercado em sua rede amarela, num quarto da enfermaria do SPI de Barão do Peixe, Francisco Maiaiu alcoa enfraquecido quando volta da tribos que perdeu ao longo de sua vida de sertão. Defende-se dizendo que não teve outro caminho, que a guerra com os brancos destruiria os índios mais depressa ainda. Mas sabe que, ao pacificá-los, não teve tão nenhum bem.

Maiaiu-Matatitiu, cerca anos, na pacificação dos **caiapós**, os índios guerreiros que morabundam o Sul do Pará contagiado até 1962, onde morrer era o de menos para o índio a peste e sarampo. Durante muitos anos a cidade continuaram até frentes de proteção que avançavam para suas terras ao mesmo tempo. Do lado do rio Xingu, os sanguiguma que entraram a derrotar no vale dêsse rio. Do lado do Tocantins, os caiapó-kenhanes que penetraram por sua margem direita. E, ao fim, os Solidários trazendo seu gado para os campos da Conceição do Araguaia.

Aprenderam a ser índios, antes muito em pouco dias, olhar bem com vilas tomadas ao mundo, além de usar a bandeira (caiapó) com grande habilidade (uma só percuta, para matar). Algumas tribos já eram do antigas que tinham transformadas na maioria das tribos. Não havia mais agricultores, apenas guerreiros e caçadores entre os gaviões, subencaiapóes, mentustiras, diores, subencaiapóes gorotires e xicrins, todos chamados caiapó e com a mesma língua jê. E guerreiros mesmo permanecem até o ano terminou se o SPI não se tivesse chegado a paz.

Os sobreviventes dos grupos de pacifica ou transmitiram longos discursos do branco (em língua jê) aprendendo para a ancianos, respeito aos índios e muitas presentes. Sobrevivendo-se realizaram sobre estudo chefes caiapós e através sucessivamente do SPI. Temas se acertou e respeito ao terras e a sua vida de povo indígena. Ninguém do índio (eu) o que se conquistou a pergunta a Maiaiu. E sua resposta não se conquista nada, nem um índio jamais ganhou nada com a paz.

a traição do branco

O nome a que os caiapós foram traídos. Em 1958 o antigo Ministro Nacional Democrata. "Na escuta do SPI se associam a sanguiguma e exploram-se do caiapóna, que se acompanhar no trabalho de pacificação, ocupam-se especialmente as terras dos índios. Ninguém se preocupa em preservar os territórios que os tribos ocupam, não há preocupação em proteção-los que explorem e que se transformam bandeiras".

Os comerciantes montaram sobre nas cidades longe do SPI para conseguir o que queriam, sem se preocupar se estavam destruindo outra gente. E, se estavam, tanto melhor, mais fácil seria a conquista da terra.

Maiaiu, que estava em muitas dessas pacificações, se justifica: "Como fazer? Se se pacificarmos tribos, ficaremos". Mas se os pacifica também caminhar para a desaparecimento, como os subencaiapóes, se se refugiam como os gaviões (de 400 para 200).

Mais cedo Sinha e velho chefe de quem Maiaiu conta um diálogo ocorrido em um de pacificação. Os velhos chefes estavam de engaiça por parar em paz com os brancos, gorfar escopetas, facão, gamelas, facão, carpinteiro e colares. O velho chefe, cercado pela maioria, se mantinha de pé, cangaiá. Então, fez a mesma discurso de sua vida.

Aos homens do SPI, perguntou: "Por que nos não temos terras como vocês? Por que nos não vamos para em roça? Por que nos não vamos para em roça? E onde de São Jorge? O que se em

O povo que deve aprender bem bananas para as mesma que não Pedro a Jagaria

o povo que deve morrer

Uma raça vai morrer. De sua cultura ai grande (nome guaranaiu) sentiam-se, a raça morrerá dos índios, cerca de 10 mil anos, que de tanto viver em contatos com caiapóes culturais para a indígena está morrendo. Restam 10 mil ou um pouco dos de 3 milhões. Fugindo sempre se escondem, no fundo de das matas, sabendo que a sempre ainda a alcance. Tentou a branco, tentou a Deus, a nada quer sendo. Tudo não. Tudo sumiu: doenças gripes, sarampo, infecções que deixaram feridas, as mais tristes. E tanto sofrimento tem causado ao índio, que a raça pacífica não se morrerá cada de morrer, cada de morrer como índio. Tal. Tal. Brasil, uma raça está morrendo. Que se aprender a Antropologia.

O POVO QUE DEVE MORRER

CARAJÁ DANÇA MAIS BARATO DE NOITE

Fonte: Reprodução Biblioteca da ECA/USP.

Os leiautes da reportagem, que na verdade foi intitulada "Paz para o índio vencido", são precursores do estilo gráfico das grandes reportagens de *Realidade*. As titulações geram curiosidade e as fotos são legendadas, aprimorando a relação verbo-visual. A pauta foge às temáticas da revista *Quatro Rodas* e tenta, pela edição, aproximar o tema do projeto editorial. No começo da reportagem, estampa indígenas em cima de um jipe, a única imagem com um automóvel. O texto avisa: "O mapa que acompanha essa reportagem mostra todas as BRs. Mas dessa vez não se trata de um roteiro turístico. É a história breve da tragédia de uma raça. Abra e desdobre. Verá, talvez com surpresa, que há índios em todo território brasileiro" (AZEVEDO, 1965, p. 65). O desenho apresenta a localização e a etnia indígena, com legenda de cor confirmando visualmente para os leitores a relevância da temática – uma infografia que clarifica a informação e solidifica o efeito de verdade, conforme discutiu-se no capítulo 2. A própria reportagem sugere aos leitores que não visitem os indígenas, "porque indo ao local se arrisca a encontrar uma menininha linda abraçada num cachorro esperando a hora de morrer" (AZEVEDO, 1965, p. 65). A criança aparece na foto encarando o leitor em uma relação verbo-visual de caráter narrativo que será marcante em *Realidade.*

No Brasil, não havia a experiência com uma revista mensal de reportagens. O lançamento de *Realidade*, em 1966, foi um sucesso editorial precoce. Em quatro meses, a tiragem subiria de 250 para 450 mil exemplares. Para a grande reportagem brasileira, ela foi histórica e aprimorou práticas de edição visual em nossa imprensa, assim como o *Jornal da Tarde*, que discutiremos adiante, também notável pelas coberturas aprofundadas. A novidade para o jornalismo visual são as imagens planejadas no desenvolvimento da reportagem, com fotografias encenadas de alto teor narrativo, como fotoilustrações. Muitas fotografias, assim como em *O Cruzeiro*, contaram com a participação de fotógrafos estrangeiros, tais como Luigi Mamprin, Jorge Butsuem, Lew Perrela, Mauren Bisilliati e Claudia Andujar, profissionais que trabalharam um olhar diferenciado do padrão da imprensa da época. Esses fotográfos não ficaram "presos à intenção de gerar uma simples prova visual dos fatos, eliminando possíveis dúvidas do leitor. A intenção deles foi, realmente, imprimir uma interpretação particular da realidade, fazendo uso de uma linguagem pessoal" (LEITE, 2015, p. 9). As pessoas comuns recebiam espaço visual na revista, assim como fazia *Diretrizes* nos anos 1940. Há uma atenção especial aos perfis de anônimos e às pautas da juventude.

Um ano após publicar em *Quatro Rodas* a reportagem "Paz para um índio vencido", Carlos Azevedo e Luigi Mamprin farão nova aventura, agora em *Realidade*. A reportagem "Resgate de uma tribo" (figura 48) apresenta um esquema de diagramação bastante usado na revista, abrindo na página ímpar com um prólogo da reportagem, informando como foi

realizada e, nesse caso, apresenta os repórteres em ação. Mais uma vez aparece a temática indígena, com fotos de grande formato e impacto visual.

Figura 48 – leiautes de “Resgate de uma tribo”, *Realidade* (1966, nº 9)

RESGATE DE UMA TRIBO

Fonte: http://realidade.ufca.edu.br

Figura 49 – leiautes de “Uma vela contra o mar”, *Realidade* (1966, nº 2)

Fonte: http://realidade.ufca.edu.br

Em "Uma vela contra o mar" (figura 49), o leiaute é guiado pelo azul da água e a narrativa conta a vida de pescadores em texto descritivo. Já as imagens compõem um estilo narrativo, sendo apresentadas em cores vibrantes e luz dura, algo incomum, mas necessário à pauta sobre pessoas que vivem grande parte da vida sob o sol. O caráter independente e de liberdade criativa apresentado nessas reportagens é uma marca da fotografia em *Realidade* (LEITE & VIEIRA, 2013, LEITE et al., 2015). A direção também procurava contratar profissionais experientes de dentro e fora do país. Lew Perrela passou pela americana *Life*, assim como David Drew Zingg, que ainda esteve na *Look* (LEITE, 2015). A fotógrafa suíça Claudia Andujar[28] considera que essa abertura, na época, só existia nessa publicação. "Não era que o repórter tava ao meu lado, fazendo as entrevistas e me dizendo 'faça isso ou aquilo, etc'. Não tinha nada disso. Isso era uma maravilha. Além do fato que eu podia ficar fazendo a matéria o tempo que eu precisava." O mesmo tipo de comentário é apresentado pelo fotógrafo Amâncio Chiodi[29]: "Você saía pra fazer a matéria com o repórter, mas você fazia a sua matéria. E o repórter, normalmente você sai e o cara fala 'oh, fotografa aquilo, fotografa aquilo'. Puta, ali rompeu com uma coisa totalmente diferente".

---

[28] Informação verbal. Depoimento concedido a Leylianne Alves Vieira e Marcelo Eduardo Leite, em São Paulo (SP), em 20 de maio de 2013, para a pesquisa "Realidade: o fotojornalismo (autoral) de uma revista", contemplada pelo prêmio Marc Ferrez de fotografia da Funarte (2012) e realizada de janeiro a agosto de 2013. Disponível em: http://realidade.ufca.edu.br/index.php/depoimentos/67-claudia-andujar . Acesso em: 15 dez. 2019. Os depoimentos provenientes dessa fonte foram coletados nesta pesquisa.

[29] Informação verbal. Depoimento concedido a Leylianne Alves Vieira e Marcelo Eduardo Leite, em São Paulo (SP), em 22 de maio de 2013. Disponível em: http://realidade.ufca.edu.br/index.php/depoimentos/68-amancio-chiodi. Acesso em: 15 dez. 2019. Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte.

Embora cada um fizesse suas fotografias e as narrativas visuais criadas pudessem ser independentes, a participação do fotógrafo desde a reunião de pauta já sincronizava os profissionais. Jean Scolari[30] salienta esse aspecto: "A gente tinha uma reunião de pauta, todos participavam, o repórter, o fotógrafo (...). E era discutida a pauta. Então, 'ah, você vai fazer isso, você vai fazer aquilo'. Você propunha uma ideia, de repente você ali fazia esse negócio. E era muito democrático". O mesmo processo ocorria com a escolha das fotos. "As pessoas participavam, você chegava de uma matéria e tinha lá umas mesas de luz grandes, e aí colocava o material, projetava, e as pessoas de outra matéria, o pessoal ia ver, né? Você chegava, fazia uma projeção, a redação ia ver", comentou Amâncio Chiodi.

Mas nem sempre as escolhas eram satisfatórias para todos, como lembra Jean Solari: "Às vezes, defendia uma foto, fazia com tanto sacrifício uma foto e o editor de arte não tomava nem conhecimento e a gente no fim ficava aceitando porque ele tinha a visão do conjunto. Mas isso sempre valorizava o trabalho". O repórter Carlos Azevedo[31] recordou essa insatisfação: "Os fotógrafos ficavam muito cabreiros: 'as melhores fotos, não escolhem'. (...) Não essa foto, porque aí tem a visão do editor também, né? Do interesse mais geral, a foto que serve mais para o esclarecimento da matéria." Aqui emerge o paradigma do jornalismo visual em equilibrar texto e imagem, escolhendo não a mais bela, mas aquela que informa com mais clareza.

Outra marca que a revista deixou está na reportagem "Pobre menina miss", do número 5 (figura 50), na qual a linguagem fotográfica é usada como ilustração. Não se trata de retratar ou documentar um fato, uma cena, mas de criar artisticamente os elementos da fotografia, como na pintura ou desenho, de acordo com um texto que a imagem deve exprimir. Nesse caso, o uso da fotografia já é desfiliado da obrigação de documentar a realidade objetiva; o desejo da imagem não é de verdade, semelhança, mas de expressão, conforme o conceito de Rouillé (2009) discutido anteriormente, das mudanças dos paradigmas da fotografia-documento para fotografia-expressão.

Porém, como, em um período no qual pairava o paradigma da objetividade no jornalismo, puderam surgir leiautes de produção encenada? As respostas podem estar no crescimento do *New Journalism*, também chamado de jornalismo literário, de caráter interpretativo e marcado por um mergulho aprofundado do repórter nos meandros das histórias. Esse estilo não nega a objetividade, mas abre brechas para recursos estilísticos e de narração,

---

[30] Informação verbal. Depoimento concedido a Marcelo Eduardo Leite, em Saquarema (RJ), em 25 de junho de 2013. Disponível em: http://realidade.ufca.edu.br/index.php/depoimentos/70-jean-solari. Acesso em: 15 dez. 2019. Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte.

[31] Informação verbal. Depoimento concedido a Luís Celestino de França Júnior e Marcelo Eduardo Leite, em São Paulo (SP), em 13 de março de 2013. Disponível em: http://realidade.ufca.edu.br/index.php/depoimentos/60-carlos-azevedo. Acesso em: 15 dez. 2019.

incluindo a vivência do repórter, seja em primeira pessoa ou com detalhada descrição. Grandes representantes desse estilo são Truman Capote, Tom Wolfe e Gay Talese. Em Wolfe (2005), essa nova reportagem é apresentada como uma reação justamente à padronização que a imprensa vivia desde a década de 1920, nos Estados Unidos. Já para o fotojornalismo, a década foi de crescimento do trabalho autônomo.

Figura 50 – Leiautes de "Pobre menina miss", *Realidade* (1966, nº 5)

Beleza anda de braço com ridículo nos concursos em que moças bonitas, ingênuas e decentes emprestam sua graça a essa coisa sem graça que é correr atrás de sonhos numa passarela onde, diante da multidão, um júri escolhe a

Pobre Menina Miss

Texto de José Carlos Marão

Fonte: acervo pessoal.

As experimentações desenvolvidas pelas revistas americanas, como a *Esquire*, demonstraram, para Tom Wolfe (2005, p. 37), que os jornalistas estavam indo além da reportagem convencional. "A ideia era dar a descrição objetiva completa e mais alguma coisa que os leitores sempre tiveram que procurar em romances e contos: especificamente a vida subjetiva ou emocional dos personagens." Nos Estados Unidos, um dos principais modelos é a revista *The New Yorker*. No Brasil, *Piauí*, fundada em 2006, apresenta esse estilo, com atenção especial à ilustração de capa e forte apelo à linha editorial. *Realidade* apresentava características dessa corrente narrativa do jornalismo, mas era controversa, na opinião de membros da revista, a direta influência do *New Journalism*. José Carlos Marão (2010, p. 32) foi repórter e confessa que todos já haviam lido os principais expoentes do *New Journalism*.

"Mas, que eu saiba, ninguém sentava em frente da *Studio 44* pensando: 'agora vou fazer *New Journalism*'. Era pura intuição."

Para a época, o estilo e os temas escolhidos resultaram em leiautes de página inovadores, sobretudo para a edição de fotografia, titulações e texto. Como a pauta costumava ser construída a partir de um perfil particular para mostrar uma visão geral, houve uma cobertura visual diferente daquela que *O Cruzeiro* e *Manchete* faziam, valorizando personagens anônimos. Nas edições especiais, os dados estatísticos foram introduzidos ainda tímidos – recursos que vão evoluir para a infografia. É a estética do texto criando elementos visuais para o projeto gráfico-editorial. O mesmo ocorre com o uso criativo dos títulos. Em uma organização limpa e simples, a diagramação mantinha largas faixas em branco nas bordas, criando um padrão moderno e modular.

O estilo de *Realidade* e, pode-se afirmar, da Editora Abril, era insistente em uma edição na qual os nexos na página mereciam uma dedicação além do normal. Para Marão (2010, p. 33), o nível de exigência imposto pela própria equipe da revista tornava o trabalho de edição exaustivo. "Era importante que texto e fotos ou ilustrações mostrassem uma unidade, mostrassem que faziam parte de um só trabalho." Esse esmero gráfico-editorial era possível, também, porque a revista era mensal. Assim, havia um processo de planejamento e, na hora de juntar todos os elementos na página, o tempo favorecia uma confecção mais aprimorada, ainda mais com uma equipe de criativos profissionais.

Nas grandes reportagens de *Realidade*, vários elementos visuais foram consagrados. A edição textual e a fotografia, como registros do real, passam a conviver nas páginas com outras manifestações imagéticas, como as ilustrações de cunho infográfico, quadros e tabelas de dados, mas isso ocorre timidamente nas edições especiais, em que um único tema era tratado. Fotografias não eram produzidas necessariamente em função do estilo instantâneo, podiam ser encenadas. Essa diversificação de elementos relacionada à grande reportagem foi recorrente na pesquisa. Com mais tempo e planejamento, os jornalistas se permitem ousar e experimentar.

Na figura 51, da reportagem "Ela é assim", da edição especial "A mulher brasileira hoje" (nº 10, janeiro de 1967), o diretor de arte da revista, Eduardo Barreto Filho, e o diagramador, Jaime Figuerola, assinam a ilustração. Apesar de o texto não sair creditado, no editorial é mencionado que os dois "fizeram um curso intensivo de medicina e biologia a fim de poderem preparar a reportagem". O texto é cronológico e retirado de fontes documentais, narrando a saga da reprodução humana. Chama a atenção o estilo psicodélico dos desenhos e a interação entre texto e imagem na ilustração que abre a matéria. A mensagem visual é narrada com começo meio e fim, sem a necessidade de se ler a matéria para entendê-la. O formato

atende às qualidades de uma infografia, na qual elementos verbais e visuais (atualmente incorpora audiovisuais) interagem em uma mensagem fechada de sentido em um espaço visual determinado. Na ilustração de abertura, os textos foram diagramados próximos à região do corpo relacionada à informação, usando um marcador em círculo e sugerindo a comparação visualmente. Nas outras páginas, recorre-se à ilustração com legenda explicativa, culminando com o bebê formado.

Figura 51 – leiautes de "Ela é assim", *Realidade* (1967, nº 10)

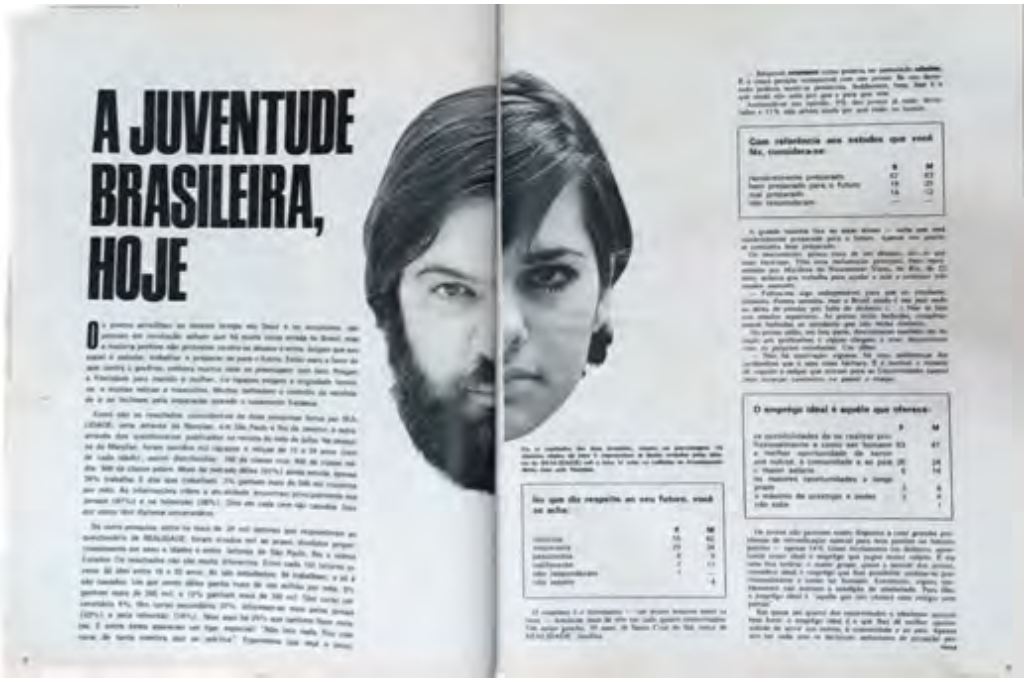
Fonte: Acervo pessoal.

Essa construção da informação visual gráfica funciona como recurso pedagógico para explicar um processo biológico. A explicação científica no texto corrido é facultativa e a leitura das legendas cria uma narrativa com a imagem que pode até dispensar a leitura do texto para o entendimento geral da pauta proposta. O esforço editorial para desenvolver essas ilustrações mostra a valorização de recursos não fotográficos. A própria *Realidade* publicou, em sua primeira edição, um ensaio fotográfico que aborda o processo que vai da fecundação à formação completa do feto. As imagens são impactantes perto desses desenhos, que, embora não tenham a mesma força expressiva das fotografias, passam a também ser parte da paleta de opções para (in)formar a página.

Mas a revista especial não teve a mesma maestria visual para tratar os dados gerados pela imensa pesquisa. Apesar de entrevistarem[32] 1.200 mulheres, tabulando mais de cem mil respostas, nas seis páginas destinadas à pesquisa não foi publicado com destaque nenhum dado. Todas as porcentagens aparecem em texto em formato de entrevista pergunta-resposta. A publicação de gráficos ainda era rara, embora parte da equipe de *Realidade* tenha sido da *Quatro Rodas*, na qual gráficos e tabelas eram publicados com frequência, assim como ilustrações informativas sobre os carros.

No mesmo ano, na edição especial "A juventude brasileira, hoje", a organização ainda é tímida, mas busca dar mais visibilidade aos dados, incluindo tabelas ao longo da narrativa (figura 52). Na ilustração da capa, que também abre o miolo da reportagem, uma produção ilustrativa antevê práticas de recorte muito disseminadas pelo uso do *Photoshop*. Na época, uma ideia, fotografia, maquiagem, tesoura e cola resolveram a questão. No sumário, o editor explica a intenção: "As fotos de capa representam uma tentativa: a de sintetizar uma juventude de rebeldes e acomodados, brancos e pretos, mulatos e nisseis" (REALIDADE, 1967, p. 5).

Figura 52 – montagem e tabelas de "A juventude brasileira, hoje", *Realidade* (1967, nº 18)



Fonte: Acervo pessoal

[32] *Realidade* realizava as pesquisas contratando institutos, mas também levantava dados por meio de formulários encartados na revista, que os leitores preenchiam e enviavam para a redação. No especial "A juventude brasileira, hoje", 20 mil leitores responderam à pesquisa.

O Cruzeiro e *Realidade* foram as principais revistas de referência gráfica dos anos de desenvolvimento da grande reportagem como um gênero recorrente do jornalismo brasileiro. De certo modo, as revistas concretizaram um desejo de reportagem que existia na época e, a partir da abordagem criativa que o gênero permite, também diversificaram os elementos do jornalismo visual. A primeira teve dois estilos marcantes: o da fotografia sensacionalista e de construção narrativa composta por muitas fotografias, algumas em estilo de *storyboard*; a segunda destacou-se pelas fotografias humanistas, diagramadas com mais economia, criando narrativas com menos imagens, porém compondo de forma a valorizar o olhar pessoal do fotógrafo.

Em *Realidade*, a criação de sintaxes verbo-visuais será aprimorada em relação a outros periódicos. Estabelece-se o uso figurativo da foto sem a preocupação de ser um documento, mas uma interpretação da história. O estilo de *Realidade* marca, então, uma transição entre o jornalismo visual de objetividade e o de expressão narrativa-interpretativa na grande reportagem. Encenar com uma estetização explícita passa a ser um recurso corriqueiro que as futuras capas da *Veja* e de outras revistas usarão exaustivamente. Mas em *Realidade* foi utilizado mais expressivamente entre os anos de 1966 a 1968, quando a revista viveu um período fértil de criatividade e ainda não sofria censura.

Se uma separação havia sido criada entre a ilustração e a fotografia, uma afeita à ficção e a outra à realidade, isso só ocorrerá com os desenhos feitos à mão porque as montagens fotográficas de *Realidade* tinham a função de ilustração e, enquanto experiência estética, abrigavam a carga ficcional de uma ilustração tradicional, embora estivessem associadas à reportagem, uma história de não-ficção. É uma volta ao estilo de planejamento visual encenado das grandes fotorreportagens da *Life* e mesmo de notícias encenadas com fotografias pela *Revista da Semana,* no início do século XX. Porém, aqui se dá uma produção além do registro encenado, assinalando um novo regime de verdade desassociado do registro *in loco*, desligada materialmente do fato, fruto da imaginação. O próprio diretor de arte e outros membros serviram de modelo para construções visuais.

Fotografias também assumiram borrões, opacidades e efeitos de movimento. O registro realista calcado na nitidez já não era o único ideal estético do jornalismo visual no Brasil. Paulo Lafer de Jesus, o Polé[33], trabalhou como diagramador de *Realidade*, de 1968 a 1970. Em depoimento para esta tese, ele contou como a redação era criativa e despreocupada com a imagem associada a uma documentação. A reportagem "A igreja vive um drama:

[33] Entrevista concedida à autora em 21/09/2019, em Ubatuba (SP). Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte.

celibato” estampou a capa da revista, mas não houve padre corajoso o suficiente para posar. “Eu tinha uma barbona, um cabelão (...). Aí, Paulo Patarra chegou pra mim e falou: ‘você vai ficar muito bem dentro de uma batina. Corta a barba e corta o cabelo, que é você’”. Polé aceitou (figura 53) e orgulha-se do episódio, o que demonstra a paixão pelo ofício, pelo fazer da revista, a ponto de descaracterizar-se de seu estilo *hippie* para gerar uma imagem.

Figura 53 – capa da *Realidade* com o diagramador da revista como modelo (1968, nº 31)

Fonte: Acervo pessoal.

Foi um período de efervescência gráfica e transformações, conforme relata Polé Lafer: "Todas as outras editoras, as outras publicações iam chegar. E, com isso, o conjunto todo se desenvolveu. O *Jornal da Tarde* e a Editora Abril criaram um novo padrão: a exigência do mercado." Chico Homem de Melo (2008, p. 30), em seu compêndio sobre o design gráfico nos anos 1960, destaca o quanto essa década foi transformadora para a área. "Sob certos aspectos, ao longo dos anos [19]60, a linguagem visual mudou mais do que nos quarenta anos seguintes". A base estrutural do design gráfico também continua com forte influência dessa época, pois permanece o uso dos *grids*, hoje *templates*. A própria sociedade estava em ebulição, gerando imagens ainda marcantes na cultura visual dos dias de hoje e que incentivam inúmeras releituras e usos. Melo (2008) cita a visão macro e micro que a fotografia proporcionou, gerando a imagem da Terra do espaço e da criança no útero. Conflitos sociopolíticos produziram imagens chocantes e emblemáticas, tais como as da Guerra do Vietnã, o instantâneo de Che Guevara de boina e das manifestações estudantis de 1968, em Paris. No Brasil, uma revolução de costumes e nas artes. Tropicália e Jovem Guarda renovaram a música, a cultura visual e incorporam a psicodelia e o modernismo em capas de discos. Portanto, o golpe que instaura a ditadura militar, em 1964, tolhe certos processos contrários ao regime e, por outro lado, fomenta expressões de resistência.

Com a repressão, muitos jornalistas se dispersaram e fundaram publicações alternativas, como *Bondinho* e *Repórter,* que não tiveram vida longa, mas deixaram marcas gráficas expressivas, trabalhos que, por si só, merecem uma pesquisa à parte. Polé Lafer foi diretor de arte dessas revistas. Era uma época em que havia uma necessidade de inovar. "Não bastava fazer o gol, tinha que ser de bicicleta. Era o barato, a nossa gratificação já não era fazer. Porque a gente já fazia isso há muito tempo. Era inovar, ou ajudar essa inovação". Em sua visão, o trabalho abrigava um propósito: "Acho que tá aí a importância da gráfica na comunicação de ajudar as pessoas, os jovens a terem liberdade, a ousadia. Caminhar pela própria pernas, não tinha medo de errar. Errava pra cacete, mas consertava, e da próxima ia fazendo".

Muitas soluções gráficas desenvolvidas pelas vanguardas artísticas e nos padrões do design gráfico industrial começam a ser popularizadas, como o uso do branco, a diagramação modular e os arranjos assimétricos mais equilibrados, em uma economia de elementos propiciada pela padronização da tipografia e das proporções mais equilibradas. O projeto moderno já tomava as formas do veículo mais tradicional, o jornal impresso.

4.3 INOVAÇÕES EM SÉRIE NO PAPEL JORNAL

Em 1956, o *Jornal do Brasil* (*JB*) começa uma ampla reforma gráfico-editorial. Outros jornais, como o *Última Hora* e *Diário Carioca,* já vinham experimentando novas formas de composição. O primeiro teve o projeto gráfico desenvolvido pelo paraguaio Andrés Guevara, ilustrador, pintor e designer de grande importância para a modernização dos jornais brasileiros. Ele introduziu no país a diagramação a partir do cálculo de texto e o desenho na folha milimetrada para produzir os espelhos das páginas. Ele "trouxe o cálculo e a tabela de correspondência entre a lauda datilografada (com um número preestabelecido de linhas e de batidas por linha) e a composição nos variados corpos tipográficos e larguras" (LOREDANO, 1988, p. 10).

A participação de designers de outros países latino-americanos será fundamental na modernização dos leiautes brasileiros. Profissionais trazidos da Argentina, principalmente, ensinaram como modernizar as páginas dos jornais. A qualidade do material produzido naquele país encantava os brasileiros. "A Argentina era um país muito rico culturalmente, muito mais evoluído do que a gente, até hoje, né? E consequentemente, as publicações refletiam isso", conforme explica Polé Lafer. Os impressos buscaram mão de obra daquele país. "O pessoal do *JB* ficava louco, pessoal não sei daonde do jornal ficava doido, porque era o máximo. (...) Esses profissionais começaram a trazer referências mais evoluídas." As necessidades comerciais impulsionaram os investimentos em uma página mais moderna. "Então, esses caras trouxeram uma referência mais interessante e começaram a aparecer manifestações do copidesque associado à questão do visual, porque tinha a ideia pra fazer diferente, pra banca vender mais". O copidesque profissional, responsável por revisar e padronizar os textos dos repórteres, adequava-os aos padrões editoriais e passou a utilizar recursos paralinguísticos e visuais para qualificar os discursos jornalísticos. Polé narra a introdução de uma cultura verbo-visual mais complexa nas redações, em que o pensamento da organização da primeira página passa a usar recursos difundidos pela linguagem publicitária. "Você tinha que desenvolver um título que fosse chamativo, mas a matéria era exatamente igual do concorrente. Só que começaram a perceber que o título sozinho não falava, começaram a usar uns ornamentos, a pesquisar estilo, tipologia, principalmente."

O *Jornal do Brasil* condensa uma série de inovações da época e cria as suas próprias. Destacam-se a inclusão de fotos na capa, o aumento do tamanho das imagens, a diagramação com modularidade assimétrica e harmônica, simplificação da tipografia e a eliminação dos fios entre as colunas de texto. As modificações mais radicais aconteceram no *Suplemento*

Dominical, coordenado por Amilcar de Castro, artista visual e poeta concretista. Criado em 1956, ele usava o branco da página com diagramação modular, ao estilo do pintor Mondrian. A reforma inspirou a visualidade dos impressos brasileiros da época. Para Melo & Ramos (2011), foi um marco da influência modernista no design editorial de jornais. A reforma foi ampla e vários jornalistas participaram dela, contribuindo com mudanças de inovação textual e de diagramação. Janio de Freitas, Amilcar de Castro, Carlos Lemos, Alberto Dines, Ferreira Gullar, todos, de algum modo, trouxeram mudanças estéticas para o jornal. Janio de Freitas foi chamado para o *JB* porque tinha experiência com diagramação no *Diário Carioca*. As mudanças feitas na editoria de Esportes por Lemos e Freitas, usando fotos em grande formato e retirando os fios entre as colunas, repercutiram em todo o jornal. Alberto Dines foi o responsável por valorizar a fotografia, instituindo-a como uma editoria, procurando creditar as fotos e dando a oportunidade aos fotógrafos de serem autores também da reportagem de texto[34].

À medida que o *Jornal do Brasil* ganha importância, suas reportagens passam a ser mais aprofundadas e o veículo se torna o principal vencedor dos prêmios *Esso*, na época o mais cobiçado. Entre eles, a grande reportagem "100 dias na Amazônia" (figura 54), publicada em série, com fotos e textos de Walter Firmo, em janeiro de 1964. O estilo do texto é semelhante ao que viria a ser o da revista *Realidade* e a visualidade foi desenvolvida fora do convencional, publicada nas duas últimas páginas do *Caderno B*. Walter Firmo denunciou o abandono dos povos da Amazônia, abordagem de caráter diferente daquela épica e romântica estampada em *O Cruzeiro.*

A diagramação da matéria de Walter Firmo condensa algumas evoluções gráficas incorporadas pelo *JB* na imprensa, como o uso do branco e as fotos em tamanho grande. E ainda ousa ao retornar com os fios entre as colunas, em uma proposta renovada, na qual seu uso confere um ar moderno em conjunto com a configuração arejada dos espaçamentos. A grande reportagem se destaca do todo com uma visualidade de tratamento visual com liberdades antes caras às revistas ilustradas. No geral, o visual traz uma melancolia que está de acordo com a reportagem, que avisa, já na chamada do Caderno B: "Uma menina vai morrer na Amazônia: seu corpo está coberto de lepra, seus olhos não têm mais cor, suas mãos perderam o sentido do tato e seus pés sem força não podem tocar o chão" (FIRMO, 1964, p. 5). No corpo do texto, Walter Firmo é contundente e sensível e, na fotografia, opta por uma abordagem visual sutil na

[34] A reforma do *Jornal do Brasil* já foi bastante explorada pela literatura científica e de não-ficção. Belisa Ribeiro conta detalhadamente, com ricos depoimentos da equipe, como se deu essa transição em seu livro *Jornal do Brasil, história e memória; os bastidores das edições mais marcantes de um veículo inesquec*ível, publicado em 2015. Conferir também Vidal e Souza (2009), Ferreira Junior (2003) e Travancas (1993).

maioria das imagens e apresentando no final da série as imagens mais impactantes do abandono.

Figura 54 – leiautes do *Jornal do Brasil*, da série "100 dias na Amazônia" (7 a 9/01/1964)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Essas mudanças no jornal são fundamentais, pois a cultura visual vivia dias vertiginosos com a chegada da televisão. Marcondes Filho (2002) considera que o primeiro grande espaço de proliferação social da hegemonia das imagens foi a televisão. E a concorrência com esse novo meio vai impulsionar os jornais a trabalhar para melhorar o visual de suas páginas. A partir da década de 1950, toda a imprensa opera mudanças gráficas. Azevedo (2009, p. 15) observa a influência da TV sobre os diários, que passam a apresentar o conteúdo com "a divisão dos jornais em seções, cadernos, encartes, suplementos dirigidos a públicos específicos, o aumento dos recursos editoriais/visuais e a capa construída como uma espécie de mosaico".

Já o *Jornal da Tarde* (*JT*), fundado em 1966, chegou renovando a linguagem gráfica da imprensa diária. As capas-pôster tomavam a página frontal inteira com um único assunto (FERREIRA JUNIOR, 2003), apresentando aspectos da linguagem publicitária e das revistas ilustradas. As propostas do projeto gráfico tinham o rigor de edição de uma revista semanal ou mensal de informação, mas eram diárias, colocando a criatividade de seus produtores a toda prova, todos os dias. No estudo de Ferreira Junior (2003), as capas do *Jornal da Tarde*, comparadas às de outros jornais da época (*O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, Última Hora e France-Soir*), mostram seu valor enquanto catalisadoras de mudanças no jornalismo visual.

Os veículos brasileiros promoveram reformas influenciadas pelos impactos das mudanças no *Jornal do Brasil*. Entretanto, os jornais não incorporaram as ousadias gráficas das revistas, embora alguns cadernos tenham demonstrado esse potencial. Suplementos literários, cadernos de esportes e de moda apresentaram construções fora do convencional, mas, algumas editorias permaneceram longe de mudanças expressivas de leiaute, como as de política, cidades e internacional. Já no *Jornal da Tarde*, a diagramação ousava na capa e no miolo. Com essa proposta editorial, o jornalismo visual brasileiro aceitou, em seu nicho mais conservador, uma linguagem mais próxima das revistas. Era uma época batizada por Faro (1999) de "tempo de reportagem". Tanto o *Jornal da Tarde* quanto *Realidade* foram destinados a um público jovem leitor que eclodiu nos anos 1960. O visual de ambos reflete uma cultura com intensa movimentação universitária e de trabalho nos centros urbanos. Silva (1985, p. 52) produziu um manual didático de diagramação para o mercado brasileiro e pontua como o *Jornal da Tarde* "quebrou tabus e partiu para uma diagramação ousadíssima de estilo 'revistado' e de maciça aceitação, com um tipo de público mais jovem com seu estilo arrojado de diagramação, revolucionou o jornalismo impresso no País".

As técnicas avançadas são facilmente identificadas pelo tamanho das fotografias, a busca de sentidos entre palavras e imagens e a quebra com um processo de estilo e produção

industrial na maneira de apresentar o conteúdo. Antes do *Jornal da Tarde*, o jornalismo visual dos diários era marcado pela legibilidade, hierarquia, diagramação de fotos e precisão – a partir dele, abriu-se um caminho de experimentação para esse campo no país. Não que outros não tenham esboçado ousadias, como podemos comprovar com o *Última Hora* e *Jornal do Brasil*, mas a forma coesa de apresentação do projeto gráfico do *Jornal da Tarde* o creditou como emblemático para o jornalismo visual brasileiro. Ferreira Junior (2003, p. 100) analisou capas históricas do jornal (figura 55) e considera que o "viés maior é o rompimento, às vezes por completo, com qualquer tipo de ordenação. A página é tão-somente orgânica, destituída de compromisso sequencial". Uma mudança básica, já que a primeira página apresentava um mosaico de acontecimentos do dia a dia. Nos anos 1970 e 1980, as experimentações do *JT* foram se acentuando. As reportagens aprofundadas ganharam destaque, personagens comuns, retratados em primeiro plano e tamanho grande, aparecem na capa e ousadias, como fotos e títulos em 90 graus, marcaram época. Melo e Ramos (2011, p. 518) explicam que a estratégia era utilizar a capa-cartaz, porque o jornal não vendia assinaturas e esse formato trazia grande exposição na banca. "Isso instaura uma nova lógica de leitura, que rompe com as convenções das primeiras páginas de jornal. (...)". Como era vendido a partir das três da tarde, o jornal podia arejar o noticiário, o que se estendia ao jornalismo visual.

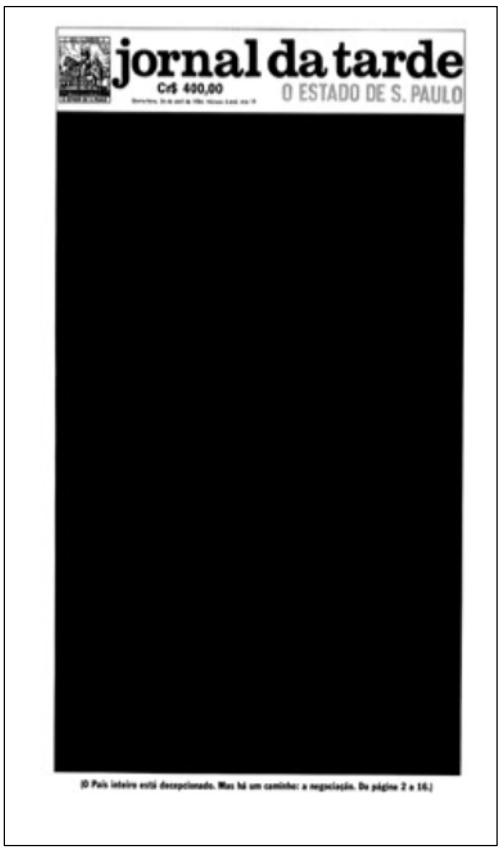
Uma das composições mais emblemáticas é a de 26 de abril de 1984, quando o jornal estampou o luto pela derrota do movimento "Diretas Já" (figura 56) no Congresso, apesar da aclamação popular a favor da emenda parlamentar que garantiria eleições. Esse exemplo é fundamental para entender a ruptura que o *Jornal da Tarde* promoveu na cultura visual da época, pois não há fotografia. A informação visual é fruto da interpretação sem captação *in loco*, é a expressão de um sentimento. É o design gráfico representando o acontecimento. Esse tipo de uso na imprensa é também uma forma de jornalismo visual disruptivo, por apresentar de modo inovador a interpretação da notícia. Conforme o estudo de Ferreira Junior (2003), os outros jornais apresentaram no mesmo dia um visual de estilo quase rotineiro. Fernando Mitre[35] era diretor de redação nessa época e comentou que a ideia foi representar o sentimento de luto da nação. "Aquilo expressou de uma maneira autêntica, legítima e com grande poder de comunicação o estado de espírito do povo brasileiro naquele dia. O resultado não podia ser outro: o jornal esgotou antes do meio dia." Cabe esclarecer que o *Jornal da Tarde* só foi publicado após o meio-dia nos seus primeiros anos, a concorrência obrigou a publicação matutina.

[35] Informação verbal. Entrevista concedida a José Ferreira Junior, em São Paulo, em 29/12/1998.

Figura 55 – exemplos de capas do *Jornal da Tarde*

Fonte: Reprodução Melo e Ramos (2011) e Biblioteca Brasiliana.

Figura 56 – capa de luto pela impugnação das eleições diretas, *Jornal da Tarde* (26/04/1984)


jornal da tarde
Cr$ 400,00
O ESTADO DE S. PAULO

Fonte: Reprodução Acervo Estadão (www.estadao.com.br).

Ferreira Junior (2003, p. 101) analisa que o *Jornal da Tarde* fez desaparecer "definitivamente a distinção entre suporte e linguagem. O suporte passa a fazer parte do sistema de sinais da linguagem jornalística de maneira ativa". Quem estava na dianteira dessas experimentações era Murilo Felisberto (1939-2007), um multiprofissional da comunicação. Foi jornalista, editor, diretor de arte e publicitário. Responsável por organizar a equipe para fundar o jornal, ficou de 1966 a 1978, quando rumou para o mercado publicitário (MELO & RAMOS, 2011). No livro-reportagem *Jornal da Tarde: uma ousadia que reinventou a imprensa* (2019), Fernando Casagrande narra características do trabalho de Murilo e fatos da rotina de produção visual. Segundo o autor, junto com Mino Carta, ele exigia dos profissionais o desenvolvimento de aptidões para todas as funções do jornal. Isso incluía a diagramação, uma ruptura fundamental na época. Para facilitar o trabalho, a diagramação era feita em módulos pré-definidos para a adaptação dos textos e imagens. Murilo criou um conceito inverso. "No *JT* não havia módulos pré-definidos. O leiaute das páginas se adaptava à matéria e às fotos. O desenho era criado pelos editores que, melhor do que ninguém, sabiam o que traziam as matérias"

(CASAGRANDE, 2019, p. 1002 de 4637). O material era trabalhado em função do conteúdo. O repórter Moisés Rabinovici lembra que "cada página era uma. O editor a desenhava depois de ler o texto e ver as fotos, muitas vezes já tendo um título pronto. Eu aprendi a desenhar páginas como se escrevesse um texto" (RABINOVICI, 2015, on-line). Esse método era adotado em revistas, nas quais o tempo permite ao editor "pensar a página", conforme jargão da área. Segundo Casagrande (2019, p. 405), Murilo passou pela *Manchete* antes do *Jornal da Tarde*, trabalhou na Editora Abril e integrou a primeira equipe da revista *Realidade*, mas não se adaptou ao clima político de esquerda. "Era uma biblioteca ambulante da imprensa mundial." Bem informado, lia revistas internacionais, os expedientes das publicações e conhecia as reformas gráficas.

Na era tipográfica, o suporte tecnológico dificultava a expressão pela dificuldade da montagem manual, o que acabava gerando as padronizações modulares, sem espaço para um jogo criativo mais profundo. O *Jornal da Tarde* nasce no momento em que a impressão *offset* estava começando a se tornar a protagonista das gráficas. O fim das máquinas de linotipo, com a adesão à fotocomposição, juntamente ao novo processo de impressão, ajuda desencadear as mudanças nos jornais. Mino Carta conta que montou a equipe primeiro para um *Jornal de Esportes* do *Estadão*, que também dava notícias de última hora, no qual experimentações eram testadas. A equipe do *Jornal da Tarde* formou-se nesse contexto, com vários repórteres mineiros indicados por Murilo Felisberto. No *Jornal do Brasil*, a editoria de Esportes foi também fundamental para o desenvolvimento da diagramação. O Brasil tinha o futebol-arte, o maior ídolo do mundo, Pelé, e imagens inesquecíveis para estampar essa editoria. Pelé é assunto na primeira capa do *Jornal da Tarde* e da *Realidade*. Na figura 57, a página dupla do *JT* utiliza imagem em grande escala com outro craque, Garrincha, já no fim da carreira.

Além da ousadia gráfica tão propagada, o jornalismo de profundidade marcou a história do *Jornal da Tarde.* Tanto que estudos sobre a grande reportagem, na maioria das vezes focados no texto, o analisam e/ou citam, tais como Medina (1978), Faro (1999), Coimbra (1993), Sodré e Ferrari (1986) e Lima (2009), autores que publicaram obras contemporâneas à circulação do jornal. Desde o projeto editorial essa linha era defendida por Murilo Felisberto. "A pauta teria de ser extremamente criativa, fugindo das agendas do dia e dedicando espaço a grandes reportagens sugeridas pela equipe" (CASAGRANDE, 2019, p. 443). Nos anos 1970 e 1980 foram produzidas várias grandes reportagens em série. Apesar dessa aparente liberdade, o período de maior repressão dos jornais brasileiros ocorreu na década de 1970. O *Jornal da Tarde* inicialmente apoiou a instalação do regime militar, assim como *O Estado de S. Paulo*, do mesmo grupo. Mas a partir de 1968, com o Ato Institucional Número 5, o AI-5, começou a

sofrer violenta censura e muitas matérias sumariamente cortadas pelos censores eram trocadas por receitas de bolo em ambos os periódicos, em um ato sutil de subversão.

Figura 57 – leiaute da editoria de esportes, *Jornal da Tarde* (05/12/1967)

Fonte: Reprodução Biblioteca Brasiliana

Entre as grandes reportagens mais conhecidas, está a vencedora do prêmio Esso "Nossa aventura na Transamazônica" (figura 58), de 1970. A série saiu em três capítulos e, posteriormente, foi ampliada e publicada em livro. A saga dos repórteres Fernando Morais e Ricardo Gontijo, além do fotógrafo Alfredo Rizutti, durou 33 dias. O material recebeu tratamento diferenciado de leiaute, ocupando cadernos de quatro páginas em três edições. As imagens de pessoas comuns humanizam o tema. O arranjo de fotos se comporta como uma sequência cinematográfica, revelando pontos da narrativa textual de aventura. As sintaxes criadas na intersecção das linguagens operam um leiaute em movimento, empático e sedutor. Uma marca importante é o uso de um mosaico de fotos com legendas informativas, que trazem sínteses das histórias detalhadas no texto principal. Como na página de "Km zero", na qual aparece um personagem carregando um saco de batatas. Em outros momentos, os personagens não são identificados.

Outro indicador visual importante da série é o mapa com o desenho da estrada e os pontos por onde a equipe passou. Como a narrativa textual é em estilo *road movie*, vai descrevendo a viagem e os espantos da equipe. As legendas e a documentação *in loco* do

fotógrafo Alfredo Rizutti ampliam a visão do leitor. Essa é uma típica reportagem etnográfica discutida por Vidal e Souza (2010), em que a alteridade permeia toda a interpretação – o jornalista na busca do exótico é também um exótico do contexto. Uma passagem descreve uma cena de encontros de mundos provocado pela reportagem. Em Cajazeiras (PB), um grupo curioso andava atrás da equipe de reportagem por toda cidade, até que um vaqueiro perguntou: "É verdade que os senhores são astronautas e vão levar os retratos da gente pra Lua?" Essa curiosidade de ambos os lados gerou uma produção visual focada no ser humano e na aventura pelos lugares de difícil acesso. No primeiro caderno, a abertura da matéria dá foco à construção da estrada, em uma imagem de enxadas em contraluz, mas o que vemos a seguir é uma sequência de fotografias de pessoas em dificuldade, vivendo em lugares desestruturados. No texto, o relato de personagens comuns, sem informação sobre o projeto da rodovia Transamazônica. A equipe chegou a ser presa duas vezes, mas o esforço foi recompensado, inclusive, com a publicação de imagens dos repórteres na abertura e no fechamento da série, assim como fazia *O Cruzeiro* e *Realidade* nas grandes reportagens etnográficas.

Figura 58 – leiaute da série "Uma aventura na Transamazônica", *Jornal da Tarde* (28, 29 e 31/08/1970)

PRIMEIRA AVENTURA NA TRANSAMAZÔNICA

km zero

APÓSTOLO PRETO, SECAS, QUEIMADAS PELO SOL E FOME

PRIMEIRA AVENTURA NA TRANSAMAZÔNICA

km 418

RUAS CHEIAS DE PESSOAS MAGRAS, SUJAS E FAMINTAS

HOTEL

ÊSTE MAPA SERÁ UMA ESTRADA?

PRIMEIRA AVENTURA NA TRANSAMAZÔNICA

km 500

O JULGAMENTO DA GRANDE ESTRADA

PRIMEIRA AVENTURA NA TRANSAMAZÔNICA

km 910

NO MEIO DO SERTÃO, A CIDADE QUE TEM MEDO DAS ÁGUAS

UM POLÍTICO NA ROTA DA ESTRADA

FLORIANO DOS TRÊS ORGULHOS

CADERNO Nº2

PRIMEIRA AVENTURA NA TRANSAMAZÔNICA

km 1285

QUE QUEREM DIZER ESSES ROSTOS QUE NOS OLHAM?

POBRES SELVAGENS NO MEIO DO CAMINHO

PRIMEIRA AVENTURA NA TRANSAMAZÔNICA

km 1655

RONCA, O INFERNO DE AREIA BRANCA E ÁRVORES SECAS

AS BANDEIRAS VERMELHAS DA MORTE

PRIMEIRA AVENTURA NA TRANSAMAZÔNICA

km 1746

O MOTORISTA VEM CHEGANDO COM NOTÍCIAS

COMO COLONIZAR A SELVA

PRIMEIRA AVENTURA NA TRANSAMAZÔNICA

km 1879

EMBAIXO DA SELVA, TONELADAS DE MINÉRIO

CADERNO Nº 3


PRIMEIRA AVENTURA NA TRANSAMAZÔNICA

SANTARÉM ESPERA AS GRANDES ESTRADAS

km 2604

ALTAMIRA, UMA CIDADE FAMOSA NA ITÁLIA

PRIMEIRA AVENTURA NA TRANSAMAZÔNICA

km 4532

ONDE TERMINAM A ESTRADA E UM GRANDE SONHO

QUEM VOTA NESSA ESTRADA?

Fonte: Reprodução Biblioteca Brasiliana.

Mostrar a desinformação e o tamanho do desafio para a construção da Transamazônica não incomodou o governo militar, assim como a repressão não conseguiu coibir que temas de ordem social estampassem as páginas em grandes reportagens marcantes. A série "Receita para São Paulo" (figura 60), publicada em 1971, foi uma das mais emblemáticas encontradas na pesquisa. As fotos, em tamanho grande, chamavam a atenção para dramas urbanos de São Paulo. O texto e a imagem, juntos, traziam um quadro interpretativo da maior cidade do Brasil, gerando identificação direta com as problemáticas e a esperança pelas soluções apontadas por especialistas. O *Jornal da Tarde* criou um ícone para identificar essa série do jornal (figura 59). A ideia de uma marca para as matérias é um dos elementos da linguagem publicitária que foram incorporados aos projetos gráficos das grandes reportagens brasileiras. Nem todas elaboram ícones, mas elementos de repetição, como retrancas, também são comuns para comunicar a unidade das séries.

Figura 59 – marca da grande reportagem em série “Receita para São Paulo”, *Jornal da Tarde*

Fonte: Reprodução Biblioteca Brasiliana

Figura 60 – leiautes da série “Receita para São Paulo”, *Jornal da Tarde*

(de 17 a 24/08/1971)

A CIDADE QUE MORRE

HÁ 75 DOUTÔRES TENTANDO SALVÁ-LA

O Jornal da Tarde tem procurado apontar os problemas da cidade e suas possíveis soluções a curto, médio e longo prazos.Os planos, feitos em várias administrações municipais, por técnicos e a portas fechadas, eram tratados numa linguagem inacessível ao público, preocupando-se com soluções ideais, que logo eram superadas pela remodelação permanente de São Paulo. Em seu Seminário de Problemas Municipais — coordenado pelo professor José Martiniano de Azevedo Neto e pelo engenheiro Werther Krause — o JT procurou fugir dessas limitações, declarando problemas cujas soluções estariam próximas da realidade e participando diretamente do trabalho dos técnicos para transformar o debate numa linguagem acessível. O programa estabelecido incluiu os 10 problemas principais a serem discutidos pelos técnicos: habitação, saúde, transporte, bem estar, educação e cultura, abastecimento, serviços públicos, uso do solo, águas superficiais e máquina administrativa. Cada item reuniu um grupo de especialistas com um coordenador. Depois da primeira reunião geral, a 30 de abril, o grupo inicial de 12 técnicos foi ampliado para 75. Até o dia 9 de junho, foram feitos 15 encontros, num total de 15 horas de gravação, mais 30 horas de taquigrafia. Esse trabalho está numa série de 7 cadernos, dos repórteres José Maria Mayrink e Ricardo Gontijo, que o JT publica a partir de hoje.

SÃO PAULO NÃO É CIVILIZADA

NOSSA CIDADE PEDE SOCORRO

ELA NÃO TEM ÁGUA, LUZ, TELEFONES....

Se você é um dos 3.800.000 habitantes de São Paulo que não recebem água encanada, saiba que a COMASP só espera cobrir esse deficit em 1982 ou 1983.

Se o lixo que você colocou na porta de sua casa ainda não foi recolhido, saiba que é porque só 59,1% dos caminhões coletores são utilizados normalmente.

Você ainda encontrará aqui as explicações de muitos outros problemas que está enfrentando.

Você sai procurando uma agência de Correio pela cidade — há apenas 69 — e, se encontra, coloca sua carta, sem saber quando (e se) ela vai chegar.

Você espera uma carta importante, mas pode ficar sem receb-la (há apenas 550 carteiros, cobrindo só 25 por cento da cidade).

Era assim há 30 anos, é assim até hoje. Mas o Correio está mudando. E isso ficou provado no Seminário Sôbre Problemas Municipais.

O CICLO DA ÁGUA

O problema das enchentes, e suas soluções.

O QUE SE DEVE FAZER PARA EVITAR INUNDAÇÃO E O QUE NÃO SE DEVE FAZER.

E OS CÓRREGOS

Os técnicos estão chegando a uma conclusão

O SOLO PROIBIDO

Há uma Lei que proíbe a construção de prédios comerciais em áreas residenciais. Aqui explicamos por que ela não é cumprida.

Uma solução

Discoteca, teatro, escola de bailados? Isso para nós é um luxo.

Os três governos podem trabalhar juntos? Os técnicos acham que sim

O ensino no Capital não pode ser o mesmo no Interior

E quem é que pode fazer mais com isso? A Prefeitura.

O QUE É PRECISO FAZER

TRÊS MILHÕES DE MARGINAIS

Acredite: toda essa gente vive fora da nossa sociedade.

ESPERANÇA: O MOBRAL.

QUEM AJUDA O MENOR?


ONDE MORAR?


Alguém
sabe dizer o que
é um
Pronto Socorro?


Há carros demais nas ruas


Uma solução para
o trânsito:
tirar os
pedestres das ruas.
DA IMPORTÂNCIA DOS
CARROS E DOS PEDESTRES


Você sabia que o índice de mortalidade de São Paulo é um dos mais altos do mundo? É o que contam os repórteres José Maria Mayrink e Ricardo Gontijo

A SAÚDE DA CIDADE


CIDADE QUE NÃO ANDA

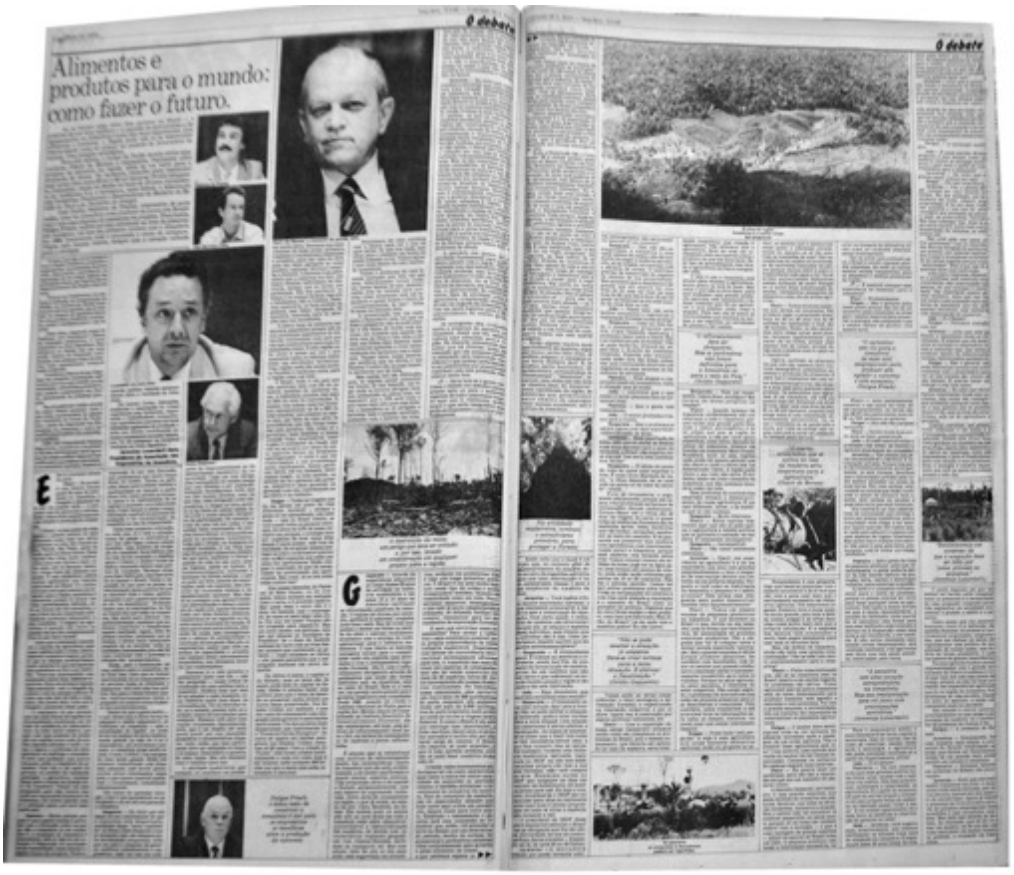
Fonte: Reprodução Biblioteca Brasiliana.

"Receita para São Paulo" aparecia no miolo ou na última página. As fotografias trazem efeitos de velocidade e profundidade. Em escala *standard,* o efeito é imersivo e causa empatia. Na propaganda da série, o jornal dramatiza a reportagem: "São Paulo acaba de morrer (veja o que fazer para não receber essa notícia)" e, em texto corrido, explica como os repórteres buscaram sugestões de soluções para os problemas da maior cidade do Brasil. A reportagem foi resultado do acompanhamento do "Seminário Problemas Municipais". Foram produzidos sete cadernos de quatro páginas, publicados em uma semana, nos quais foram ouvidos 75 técnicos e especialistas, registradas 45 horas de gravação e redigidas 1.500 laudas. Na primeira matéria da série, "A cidade que morre", o cabeçalho explica que o jornal buscou transformar a linguagem dos técnicos em informações de fácil compreensão. "Uma série que não foi escrita em tom divertido, que não tem frases brilhantes, nem títulos bonitos" (JORNAL DA TARDE, 16/08/1971, p. 11), descreve, em anúncio de página inteira.

A década de 1980 foi marcada pelas capas históricas frequentemente citadas sobre o movimento *Diretas J*á. Durante a pesquisa, percebeu-se o quanto o miolo do jornal recebia um tratamento diferenciado. A última página era nobre para a reportagem no *Jornal da Tarde.* Mesmo quando não se tratava de grandes reportagens em série, a diagramação era livre, com

imagens impactantes e temas sociais aproveitados no todo da página. As narrativas aprofundadas eram dispostas na última página e foram gradativamente obtendo mais espaço, ocupando páginas duplas, que ajudavam a construir um visual mais arrojado, até a instituição de cadernos especiais (figura 61). Conforme Sodré e Ferrari (1986, p. 94), o *Jornal da Tarde* reproduz, então, "a mesma fórmula do folhetim, que veio a dar no romance – e surge o livro-reportagem". Para a grande reportagem, um período áureo.

Figura 61 – leiautes do Caderno Especial "Amazônia" com uso da cor, *Jornal da Tarde* (12/03/1985)



Alimentos e produtos para o mundo: como fazer o futuro.

O debate

A Amazônia, descoberta e desvendada.

O debate

Em busca de uma nova Amazônia. Para um Brasil que se renova.

A AMAZÔNIA VAI TER MAIS APOIO

O TAPATURLE 3ª GERAÇÃO

ESTÁ AÍ PARA AJUDAR


O RETRATO DA AMAZÔNIA

POR SEUS GOVERNADORES

Fonte: Reprodução Biblioteca Brasiliana.

O exemplo do especial “Amazônia” (figura 61) apresenta um formato diferente porque foi concebido para compor um caderno inteiro de 16 páginas. O estilo de narrativa é a apuração via debate e pesquisa sobre a região. A capa usa a cor, em momento raro, em contraste com uma ilustração, uma composição sofisticada para valorizar o conteúdo pela forma. Foram utilizadas imagens do artista Frans Krajcberg, notável por seu trabalho de escultura com árvores queimadas da região, e do ilustrador Sepp Baendereck, engajado na denúncia já presente de devastação da floresta. Suas telas de dois metros e meio buscavam chamar atenção para um “holocausto verde” na região.

O fato de a edição visual escolher o impacto da obra de dois artistas protestando traz o foco para a preservação. No restante das páginas, a composição segue sem ousadias. Como a pauta é sobre políticas para a Amazônia, o assunto inibe o leiaute no miolo, com pouca margem para imagens da natureza e a exuberância da Amazônia. Segue o padrão comum e enriquece visualmente a narrativa com o mapa da região em grande escala. Na última página recorre a uma ilustração. Nos demais aspectos, essa reportagem especial reproduz imagens de governantes e estabelece limitadas sintaxes visuais em grande parte das páginas. É destacável pelo uso da cor e o raro formato de caderno diferenciado avulso. O estilo da narrativa textual, baseada em debates de especialistas, foi explorado pelo jornal em muitos momentos e se tornou frequente das grandes reportagens.

Murilo Felisberto saiu da direção da redação em 1978 e quem assumiu foi Fernando Mitre e Laerte Fernandes. Segundo Casagrande (2019), foram justamente as habilidades com diagramação que os credenciaram ao cargo. Sob seu comando, as experimentações gráficas continuaram e produziram leiautes históricos, porém o orçamento encurtou. Até meados da década de 1980, foi marcante o uso da ilustração na capa do jornal, como acontecia na imprensa opinativa da virada do século XX. Os ilustradores Haroldo George Gepp e José Roberto Maia de Olivas Ferreira, ou Gepp & Maia, foram os protagonistas criativos dessa fase. Alguns exemplos mais emblemáticos são as capas com a sátira sobre o então governador de São Paulo, Paulo Maluf, na qual o seu nariz crescia conforme o prazo de suas promessas iam se extinguindo (figura 62).

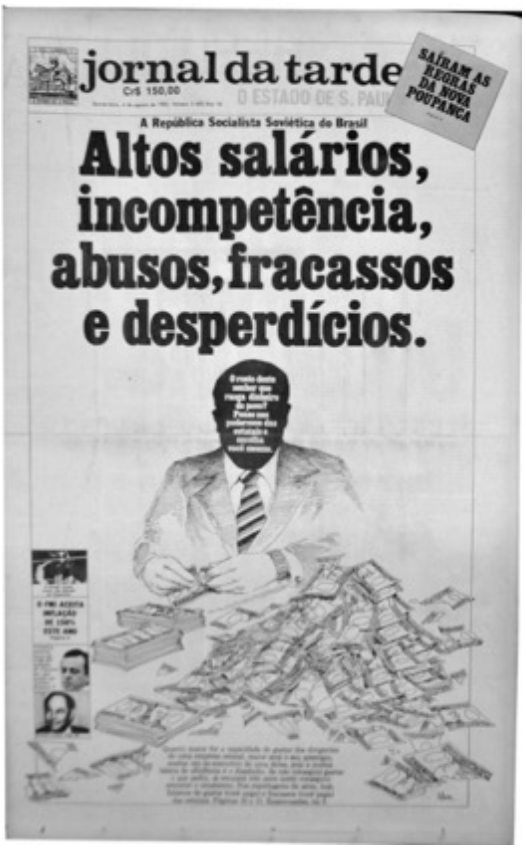
Figura 62 – Capas com sátira sobre as promessas do governador de São Paulo, *Jornal da Tarde* (05/03/1982 e 10/04/1983)

Fonte: Reprodução Biblioteca Brasiliana.

As grandes reportagens usavam a fotografia como sua principal expressão visual, mas isso também dependia do tema. Um exemplo de destaque, em contraponto à essa prática, é a ousada reportagem de 1983, “República Socialista Soviética do Brasil”, de Fernando Portela,

Vital Battaglia e Rodrigo Mesquita. A metáfora sobre o peso do Estado na economia brasileira gerou grande debate sobre a gestão do dinheiro público no Brasil. Como se trata de um tema analítico, a edição visual optou pela charge e o *cartoon* para abordar o tema. É uma série bastante extensa, com nove capítulos. A exploração da ilustração não ocorre em todos os capítulos da série, que usou de criatividade para valorizar o conteúdo e promover a informação visual (figura 63). A capa do lançamento da série tem ares de manifesto e, na sequência, convida o leitor a refletir a partir da imagem de um rasgador de dinheiro. Na capa, com a manchete "Altos salários, incompetência, abusos, fracassos e desperdícios", a ilustração pergunta: "O rosto deste senhor que rasga dinheiro do povo? Pense nos poderosos das estatais e escolha você mesmo". A cor também volta à capa nessa série, com a gigante cédula de 5.000 cruzeiros composta na vertical. O refinamento dos sentidos entre texto e imagem chegou à década de 1980 a um auge criativo. Na medida que a abertura política se estabelecia, as capas e assuntos investigativos ganhavam liberdade de expressão visual e a mistura de ilustração e fotografia tornou-se uma forma narrativa visual bastante explorada.

Figura 63 – Leiautes da série "República Socialista Soviética do Brasil", *Jornal da Tarde* (01/08/1983 e 19/08/1983)



NOSSO ESTADO SOCIALISTA

Ele cresce cada vez mais.
Ele cobra cada vez mais.
Ele sufoca cada vez mais.
Ele controla cada vez mais.
Ele é o Estado todo-poderoso do Brasil.

O triângulo das Bermudas: aqui desaparece quase todo o nosso dinheiro.

Os 9 capítulos que vocês vai encontrar nesta série.

O Brasil rico

BNH. Um insulto à casa própria.

Como enganar a SEST. E a nós.

De como o Estado ultrapassou os limites da fronteira. E burlou a Constituição.


jornal da tarde
Cr$ 150,00
O ESTADO DE S. PAULO
A República Socialista Soviética do Brasil
Planta mandioca, nasce dinheiro. (Aliás, nem precisa plantar.)
AGORA, A HISTÓRIA COMPLETA DESSE ESCÂNDALO
E a felicidade não pára aí: o Banco do Brasil garante.
AINDA NESTA SÉRIE
SEU DINHEIRO
ESPORTES


jornal da tarde
Cr$ 150,00
O ESTADO DE S. PAULO
A República Socialista Soviética do Brasil
Um almoço de 33 trilhões
5000 BANCO CENTRAL DO BRASIL

Fonte: Reprodução Biblioteca Brasiliana

Segundo Leite (2016, p. 46), a partir de 1980, o agravamento da crise econômica do país trouxe grande impacto ao setor da comunicação. “Embora em 1985 a crise tenha se amenizado temporariamente e o Brasil voltado a crescer, os investimentos no *Jornal da Tarde* não voltaram mais aos patamares das décadas de 1960 e 1970”. Para o *JT* o desafio foi cumprir a determinação do Grupo Estado de controle rígido da quantidade de páginas e diminuição do número de fotos grandes. “Era preciso cortar os espaços em branco (uma das marcas registradas na diagramação do jornal), economizar papel”. Durante esta pesquisa ficou nítido o resultado visual dessas orientações. Apesar de ousar nas capas, as grandes reportagens tomavam toda a página, sem os respiros que tornavam a edição mais sofisticada, como vimos em “Uma aventura na Transamazônica” e “Receita para São Paulo”. Ao longo da década de 1990, o jornal passou por reformas gráficas e foi se tornando mais parecido com os demais. “Demissões, cortes orçamentários, requentes e reformas gráficas foram mudando a cara do jornal e fazendo com que, aos poucos, muitos leitores não se reconhecessem mais no *JT*” (LEITE, 2016, p. 47). Somada a esses fatores, houve a decadência do jornalismo impresso tradicional no cenário da informatização, o que repercutiu na decisão do Grupo Estado de fechar o jornal.

Em 31 de outubro de 2012, o *Jornal da Tarde* saiu de circulação, com 46 anos, deixando um legado visual para grandes jornais brasileiros. Antes, tentou estabelecer-se em plataformas digitais, lançando, em 2009, um site de notícias, mas com conteúdo insuficiente. O *Grupo Estado* justificou a decisão em notícia publicada no site do jornal *O Estado de S. Paulo,* explicando a intenção de se reestruturar ao futuro que se avizinhava com "[...] o objetivo de investir na marca *Estadão* com uma estratégia multiplataforma integrada (papel, digital, áudio e vídeo e móbile) para levar maior volume de conteúdo a mais leitores, sem barreira de distância e custos de distribuição (O ESTADO DE S. PAULO, 2012, on-line)".

Para a visualidade da grande reportagem brasileira, o *Jornal da Tarde* ajudou a criar padrões de leiaute mais modernos e também a necessidade de uma identidade visual característica para os materiais especiais, embalados como produto, pensados em partes, mas com unidade visual. A forma seriada de apresentação criou espaço para explorar os assuntos, desdobrando-os, como define Lima (2009), em diversos ângulos. Esse projeto acaba definhando ao longo da década de 1980, quando o excesso de texto tornou o miolo mais pesado. Já as capas continuaram a inspirar durante toda a história do jornal. Esse tipo de edição visual de capa tornou-se um estilo que alguns jornais seguiram, tais como o *Correio Brasiliense* e o *Estado de Minas*. Com a informatização das funções de artistas, muitos jornalistas puderam se aventurar com os programas de modo mais produtivo e tornaram-se diretores de arte. Houve também a chegada de designers gráficos formados, que gradativamente terão mais voz na construção da comunicação visual.

5. DE EMBELEZADORES DE PÁGINAS A JORNALISTAS VISUAIS

5.1 MIL PALAVRAS PARA VALORIZAR O VISUAL

No processo de produção visual desenvolvido pelo *Jornal da Tarde* o leiaute era pensado por jornalistas. Os diagramadores trabalhavam na solução gráfica a partir de um raciocínio prévio de tradução visual de narrativas e ideias. Ary Moraes (2015) desenvolveu um estudo sobre o design de jornais diários na produção de notícias no Brasil e considera a diagramação uma função anterior ao que se convencionou chamar de design, "como prenúncio da introdução do design no processo de produção dos jornais ocorrida no fim do século XX, por ser ela uma etapa de definição dos aspectos gráficos da página, estreitamente ligada à sua produção" (MORAES, 2015, p. 33). Uma atenção maior ao campo passou a ocorrer a partir de 1978, quando foi criada a *Society of Newspaper Design* (SND) em um evento do *American Press Institute* (API) sobre design de jornais. A SND organiza anuários e prêmios, movimentando as discussões da área. Frequentemente citado como um marco para o jornalismo visual dos diários, o lançamento do *USA Today*, em 1982, abalou as convenções das páginas ao apostar no privilégio para a imagem, textos menores e fragmentados e uso da cor. Na concepção dos negócios, na época, era "o primeiro jornal moderno para leitores que cresceram como espectadores", dizia o anúncio do lançamento (MORAES, 2015, p. 40).

No Brasil, o *Projeto Folha,* de 1984, consolidou no Brasil o moderno pensamento do jornal como um produto, criando uma série de regras formais mal vistas pelos jornalistas, que não queriam ser domados em seus instintos criativos. Moraes (2015, p. 68) analisa essa transformação como um momento de mudança na produção jornalística. "O *Projeto Folha* pretendia implantar, pela adoção de uma série de medidas, o controle organizado da produção do jornal, eliminando qualquer prática que se desviasse dessa proposta". O design das páginas é, nesse contexto, a principal maneira de "enformar" os padrões. Fora do país, a SND promovia uma mostra competitiva anual e as mudanças trazidas pelo *USA Today* repercutiam em outros diários americanos. Para Moraes (2015, p. 68), "o design da página de notícias representava a parte sensível (aos leitores) das mudanças organizacionais em andamento no interior das empresas jornalísticas".

Houve uma diversificação dos elementos editoriais, demandando um processo de edição mais complexo em um momento de atualização de todas as áreas do jornalismo impresso. Moraes (2015, p. 69) descreve esse novo repertório gráfico como um conjunto de "(...) diversos modelos de peças gráficas – boxes, quadros, entrevistas etc. – a partir de então padronizadas quanto ao estilo gráfico e, sobretudo o uso de infográfico, a compor pelos mapas do tempo e os gráficos numéricos". Ou seja, de um padrão mais voltado ao texto do que predominantemente visual. No Brasil, essas ideias vão se consolidar nos anos 1990, quando consultorias especializadas redesenham jornais brasileiros.

Para as grandes reportagens, o final do século XX não foi um período frutífero. Esta foi uma constatação do trabalho de mestrado de Ana Beatriz Magno, em *A agonia da reportagem: das grandes aventuras da imprensa brasileira à crise dos mais fascinantes gêneros jornalísticos – uma análise das matérias vencedoras do Prêmio Esso de Jornalismo*. A pesquisadora observou as reportagens vencedoras do prêmio principal entre 1956 e 2005 e concluiu que "grandes reportagens pressupõem apurações demoradas, espaço de publicação generoso, orçamento farto e riqueza de texto. Um quarteto de pressupostos que em menos de três décadas foi banido gradativamente das redações (MAGNO, 2006, p. 121). O investimento em reportagens etnográficas nos anos 1950 a 1970 ou de temáticas sociais, como nos exemplos da década de 1980, iriam rarear, dando espaço ao jornalismo de fiscalização do poder. Magno (2006, p. 93) analisava o cenário do Prêmio Esso: "O texto comanda a leitura no jornalismo investigativo. As fotos no máximo são a prova do crime – casos das imagens de documentos, das fotos de fachadas de casas, de retratos de acusados".

Embora o modelo de grandes reportagens tenha sido desfavorecido pelo efeito *USA Today*, na virada de 1980 para 1990 há exemplos, no *Jornal do Brasil,* de produções com o mesmo espírito dos anos 1970, focadas na temática social. Destaca-se nesta pesquisa "Rocinha S/A", de 1988. Com um estilo de texto fragmentado e realizado por mais de um autor, a reportagem se baseia em personagens e no retrato espontâneo, marca do *Jornal do Brasil*, que privilegiava o fotojornalismo clássico do calor do acontecimento (figura 64). Essa reportagem não foi uma série, apesar do empenho do repórter, que viveu uma semana em um quarto alugado ao lado da casa de uma líder comunitária assassinada havia três meses. O Rio de Janeiro vivia, já nos anos 1980, uma guerra de traficantes. O *Jornal do Brasil* cobriu muitos tiroteios, inclusive com fotojornalistas, que utilizavam estratégias de guerra para acompanhar as operações. Nesse exemplo, o carro da reportagem foi atingido por balas no último dia da apuração na comunidade. A equipe conseguiu uma entrevista com o chefe do tráfico na época,

Bolado, uma espécie de prefeito marginal da Rocinha, dado seu poder de controle sobre o território. É nesse contexto que a reportagem busca entender como é a vida em meio aos tiroteios naquela sociedade anônima que era a maior favela da América Latina. O texto não estereotipava a violência, mas apresentava a contundência dos problemas e buscava representar os cantos pacíficos da Rocinha com personagens.

Figura 64 – leiautes da série "Rocinha S/A", *Jornal do Brasil* (de 07/02/1988)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Na capa, o impacto do resultado mais cruel dessa guerra: a morte, em um registro de beleza plástica impactante do fotógrafo Acyr Cavalcanti. As páginas internas se diferenciam pelo espaço e edição detalhada, porém apresentam um trabalho fotográfico convencional. O selo característico de reportagens especiais está presente, demarcando o conteúdo. Na abertura, a foto panorâmica da Rocinha dá ao leitor a ideia de que o texto trará o mergulho em uma massa desconhecida. Os tradicionais "respiros" brancos na página refletem o caráter modernista, marca desse projeto. O texto é bastante fragmentado, demandando uma edição elaborada. O foco dado à violência na capa se dilui no miolo. O repórter foca na cultura do local e em personagens típicos, como um locutor de rádio. O uso de quadros ainda era tímido nos jornais, mas nesse projeto foi incluído, em um pé de página, um box reticulado com o "Pequeno vocabulário da malandragem local". A reportagem traz análises numéricas de censos e da economia da Rocinha no corpo do texto, pois na época ainda não havia um pensamento gráfico no sentido de trabalhar dados em imagens. A matéria, assim como as fotos do miolo, não foi assinada, apenas a entrevista com Bolado foi creditada a Jorge Antônio Barros, e a foto a Acyr Cavalcanti. Nota-se ainda que a tipografia sofreu uma alteração no intuito de diferenciar a grande reportagem dos outros conteúdos da edição.

No *Jornal do Brasil* a tradição modernista permitia arranjos limpos, com edição vigorosa, de imagens produzidas por fotojornalistas consagrados, como Evandro Teixeira. Em "Um mergulho no outro mundo" (1990) (figura 65), seis repórteres e fotógrafos viveram em casas alugadas em três favelas do Rio de Janeiro e contaram o cotidiano das famílias em uma série publicada diariamente, dividida em cinco partes. O anúncio da reportagem na capa prometia um relato que "destrói a visão estereotipada com que os habitantes do asfalto, inclusive as autoridades, costumam reduzir a variedade do mundo que, abandonado pelos poderes públicos, desenvolveu complexas e criativas formas de vida" (JORNAL DO BRASIL, 29/07/1990, p.1). Os textos se referem ao estereótipo da violência nas favelas, na tentativa de humanizar o tema. Entretanto, a estratégia visual desconectou-se dessa ideia na capa, pois a foto que chama a atenção para a reportagem foca justamente na metralhadora nas mãos de um adolescente. No miolo, os retratados nas imagens são moradores sem vínculos com atividades criminosas.

Com um arranjo diferenciado e padronizado, a série mantém sempre uma página inteira para um ensaio de fotos com legendas agrupadas, um tipo de diagramação característica do *Jornal do Brasil*, como vimos em "100 dias da Amazônia", na qual Walter Firmo usa o mesmo recurso. Aqui, um exemplo de reportagem com um trabalho visual que utiliza a grandeza do leiaute *standard* para comunicar a profundidade dessa história com a força das

fotografias. Todas as pessoas retratadas fazem parte da narrativa do texto. As legendas ajudam o leitor a identificar os personagens e suas histórias. Em poucas palavras, a legenda resume o que o corpo do texto da reportagem aborda com mais detalhes. Um trabalho de edição verbo-visual refinado. Nos boxes, em forma de bloco de notas, os repórteres chamam a atenção para alguma história peculiar e também falam sobre a experiência pessoal de alugar os barracos e explorar as ruas. A valorização da fotografia faz parte do DNA do *Jornal do Brasil*. A série não foi contemplada com um ícone, mas usa grandes capitulares na abertura de cada parágrafo, diferenciando a forma de compor a reportagem em relação às outras matérias da edição. Ao todo, essa reportagem publicou 48 fotografias, nas quais, em sua grande maioria, os moradores das favelas estão sorrindo, trabalhando ou brincando. A reportagem, tanto no texto como no jornalismo visual, busca apresentar aos "moradores do asfalto" uma gente trabalhadora que vive em condições precárias por falta de oportunidade.

Figura 65 – leiautes da série "Um mergulho no outro mundo", *Jornal do Brasil*
(29 a 31/07/1990 e 01 a 03/08/1990)


JORNAL DO BRASIL

A favela briga para trabalhar


JORNAL DO BRASIL

Mutirão, solução contra o abandono


JORNAL DO BRASIL

Favelas também têm suas favelas


JORNAL DO BRASIL

Invasão do Kuwait isola o Iraque

Favela nasce da noite para o dia

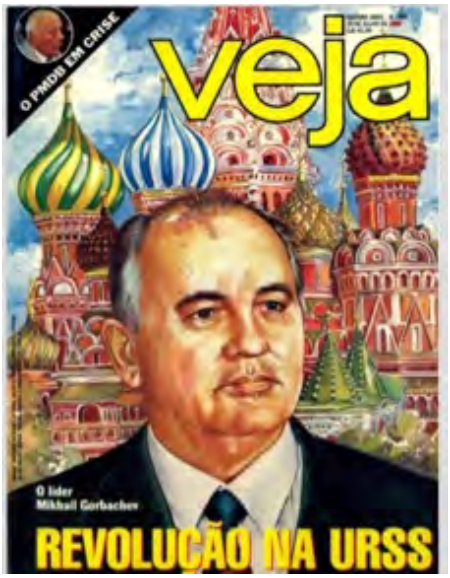
Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

A pesquisa de Magno (2006) demonstrou que nas matérias premiadas pelo Esso a partir da década de 1990, a produção visual começou a ilustrar o texto com pouca atenção às fotografias, pois o tema restringe a expressão e muda características importantes do gênero. "As matérias que fiscalizam o poder prescindem da dupla repórter-fotógrafo, incorporada à imprensa brasileira na mesma época em que as grandes reportagens chegaram ao Brasil" (MAGNO, 2006, p. 93). Em contrapartida, como foi visto, as décadas anteriores foram importantes na construção dos retratos sociais do país por meio do casamento de fotos e textos. Conforme Magno (2006, p. 8), "na reportagem social a multiplicidade de linguagens ajuda no mergulho no tema e não há necessariamente uma hierarquia da palavra sobre a foto". Juarez Bahia (1990, p. 135) detectou a desvalorização da fotografia no jornalismo visual dos impressos após o apogeu das revistas ilustradas. "Abre-se ao jornalismo o horizonte da revista de informação e da revista especializada. São fórmulas de edição que convivem melhor com a TV."

A revista *Veja*, criada em 1968, teve dificuldades editoriais com o governo militar até a década 1970, mas, em meados dos anos 1990 já tinha se tornado uma das maiores revistas do mundo, superando a marca de 1 milhão de exemplares semanais. Maranhão (2016, p. 289-290), aponta o marco da virada dos anos 1980 como um período de "inúmeras matérias e capas de alto nível jornalístico" tanto no campo da grande reportagem quanto das coberturas extensas, e com a novidade rara de constantemente apresentar fatos novos a cada semana. Como exemplo, o autor cita uma reportagem de 24 páginas sobre a *glasnost* soviética (figura 66), produzida pelo enviado especial Roberto Pompeu de Toledo, após um mês na então União Soviética. A

revista nunca teve a mesma exuberância dos formatos grandes como *Realidade* e *O Cruzeiro*, mas compensava no relato analítico semanal e no esclarecimento de temas de interesse público. “Dos anos 70 em diante, as revistas de informação firmam o seu prestígio com base no texto analítico, penetrante, pormenorizado” (BAHIA, 1990, p. 136). Outras revistas semanais importantes são a Istoé e a *Época*. Esta última surgiu em 1997 seguindo o modelo “da alemã *Focus*, com textos menores, muitas ilustrações, infográficos e uma paginação mais moderna do que as similares americanas” (MARANHÃO, 2016, p. 355).

Figura 66 – leiaute de “A revolução de Gorbachev”, *Veja* (29/07/1987)



Grande é bonito

A medalha e o sorriso

Fonte: Acervo digital Veja (https://acervo.veja.abril.com.br).

Para o fotojornalismo, os anos dourados se esvaíram na transição dos anos 1970 para 1980. "O fotógrafo passa a executar tarefas 'complementares' na elaboração da notícia e se destina quase sempre a ser um mero ilustrador do texto (BAHIA, 1990, p. 138). Isso fica claro nos exemplos dos anos 1980 do *Jornal da Tarde*. Rouillé (2005) aponta essa tendência do registro de certo modo adestrado a um modo de fazer na cobertura visual jornalística. Uma cultura modificada nas bases conceituais do fotojornalismo, já que o instantâneo e o surpreendente foram as duas principais marcas da fotografia de imprensa. Rouillé (2005, p. 143) lembra que o fotojornalismo dos anos 1980 em diante desenvolve um processo de roteirização, rompendo definitivamente com um regime de verdade que balizou a profissão no registro instantâneo. "Os repórteres preparam e montam um assunto. Como fariam para um filme, ou então, no ardor da atualidade, procuram dar mais eloquência aos seus clichês 'preparando' as situações." No entanto, o autor lembra que "a reportagem encenada não é menos verdadeira do que a reportagem 'ao vivo', ela corresponde a um outro regime de verdade, a outros critérios suscetíveis de sustentar a convicção ou a outras expectativas" (ROUILLÉ, 2005, p. 144).

Essa forma de produção será a mais explorada com o processo digital e a tendência de composição das equipes multiprofissionais. A expressão visual da imprensa nos 1990 foi desenvolvida para construir narrativas visuais, utilizando fotos planejadas e explorando efeitos gráficos e o design como discurso. As revistas da Editora Abril foram escolas de muitos designers, movimentando o mercado do circuito paulista. O constante aperfeiçoamento e investimento em equipes criativas incrementou a cultura visual em periódicos especializados, sendo o desenvolvimento da infografia um dos campos mais promissores. Revistas como a *Superinteressante*, fundada em 1987, traziam peças sofisticadas. A infografia contemporânea cria uma nova especialização nas redações, que necessita de um raciocínio de narrativa visual por vezes complexo.

Nos dois exemplos a seguir temos infografias premiadas da revista *Superinteressante*, sua grande marca. Os projetos são do infografista Luiz Iria, profissional que trabalhou na Abril de 1994 a 2013, responsável pela implantação da infografia contemporânea na editora. Os jornais também aderiram e passaram a implantar seus departamentos de infografia, outra mudança que mobiliza a especialização dos profissionais em nichos do jornalismo visual. "Golpes de mestre", de 1997 (figura 67) foi o primeiro trabalho e teve a proposta rejeitada como pauta, mas Luiz Iria fez o projeto sozinho e conseguiu vencer o Malofiej 1998 como melhor infografia de esportes do ano. Já em "Montado na fúria", 1998, a produção visual recorreu a forte estrutura e apuração digna de grandes reportagens. "Foram mais de cinco meses de

trabalho percorrendo as principais provas de rodeio do estado de São Paulo”, documenta seu portfólio on-line. Para realizar as fotografias que serviram de base para as ilustrações, foi criado um rodeio particular para equipe da revista. O trabalho também foi premiado com o Malofiej e o Prêmio Esso de Criação Gráfica, além de ter sido comprado por revistas estrangeiras[36].

Figura 67 – Leiautes de infográficos da revista *Superinteressante,* (11/1997 e 08/1998)

[36] Sobre mais trabalhos, ver o site do infografista. Disponível em: https://www.luiziria.com.br/portfolio/.

Fonte: Reprodução https://www.luiziria.com.br/portfolio/.

Pelo que vimos até aqui, no Brasil a função de direção de arte existia com maior solidez nas revistas ilustradas. Nos jornais, os editores eram responsáveis por pensar as páginas e desenhá-las junto aos diagramadores. Mesmo após a editoração eletrônica, os editores se dirigiam ao diagramador para desenhar a página em uma folha milimetrada, o diagrama, que depois era paginada no computador por um profissional técnico. A paginação no computador foi possível a partir do desenvolvimento de interfaces gráficas da *Apple Macintosh*, em 1984, e o *Apple Desktop Publishing System*, de 1986. Foi quando a tecnologia *postscript* passou a decodificar imagens eletronicamente em PDF para gerar os fotolitos de impressão. Nessa época, parte da produção ainda era analógica e eram necessários aparelhos de conversão para transformar fotografias em pixels. O aparelho mais popular era o escâner, que perdeu parte de sua função com a fotografia digital. Muitos jornalistas aprenderam o processo de editoração eletrônica e passaram a compor as páginas, aventurando-se em processos de produção de arte mais elaborados, ajudados por *softwares,* tais como o *Illustrator* (1987), *Corel Draw* (1989) e *Photoshop* (1990). Na paginação, o *Adobe Pagemaker* (1985) e o *QuarkExpress* (1987) condensaram as técnicas tipográficas de montagem da oficina dentro do *software*, ao mesmo tempo em que designers formados passaram a integrar o quadro dos jornais e a obter mais espaço na produção editorial.

No trabalho de Moraes (2015, p. 67) foram identificados fatores catalisadores da profissionalização do design nas redações. O primeira foi a criação da organização patronal Associação Nacional de Jornais (ANJ), após uma greve frustrada de jornalistas em São Paulo, em 1979. A entidade passou a promover cursos, discussões e seminários interessados no aprimoramento do setor. “Entre outras ações, apresentaram aos jornalistas brasileiros as propostas editoriais e gráficas de seus pares nos Estados Unidos e na Europa a partir dos anos 1990.” A troca com colegas estrangeiros foi outro aspecto de peso para as mudanças na programação visual dos jornais. Os anos 1990 ficaram marcados por uma série de redesigns no Brasil realizados por consultorias. Um redesign, conforme Moraes (2015, p. 41), “significava atualizar o produto (o jornal) em relação ao mercado, o que representava a aquisição de equipamentos (*hardwares*, *softwares*, especialmente), o reaparelhamento do parque gráfico, o treinamento ou a eventual substituição de pessoal”. Em alguns casos, a empresa e o fluxo de produção precisam ser reorganizados. Ou seja, o termo redesign denota o design de produto, uma visão além do design gráfico.

Moraes (2015) elenca alguns redesigns dessa transição e destaca os projetos de Mario Garcia para *O Dia* (1992), que inovou com o uso de cores e infográficos; os do *Estado de Minas* e *O Estado de S. Paulo* (1993); e os que Milton Glaser e Walter Bernard fizeram para *O Globo*

(1995). Posteriormente, os jornais do nordeste *O Povo* (CE), *Diário do Nordeste* (CE), *Diário de Pernambuco* (PE) e o *Jornal do Commercio* (PE) contrataram consultorias, buscando aperfeiçoar os seus modos de produção. Todo esse processo de aculturação visual da redação por consultorias estrangeiras contribuiu para a introduzir e incentivar o trabalho dos designers na produção jornalística. Conforme Moraes (2015, p. 42), aspectos gráficos eram confiados a profissionais de texto responsáveis por controlar toda produção jornalística. "Jornal era, antes de tudo a palavra escrita, o 'preto no branco'. Design era coisa de revista. Não é por acaso que sua introdução no processo de produção de jornais coincide com o que o foi identificado no cenário dos anos 1990, como sua 'revistização'".

Com a chegada da cor, esse processo se consolida com certo incômodo para os conservadores. No Brasil, a cor começa a ser usada rotineiramente pelos jornais diários na década de 1990. Empresários da área relutaram em incorporá-la, em uma clara sinalização de que consideravam os domínios da imagem inferiores ao do texto. O *New York Times* publicou uma foto colorida em sua capa em 1997, ou seja, apenas no final do século, mesmo com a tecnologia disponível desde os anos 1980. Moraes (2015, p. 44) analisa que a questão era simbólica, pois o preto e branco era sinônimo de bom jornalismo e os diários que seguiam o *USA Today* tinham, consequentemente, a qualidade questionada. "A cor desvirtuava o veículo, afastando-o de seus valores preciosos", pensamento que não foi à frente com a evolução dos sistemas digitais. Os jornais já não eram a principal fonte de informação e migraram para a colorida internet.

Em 1998, o especial "Soldados da borracha" (figura 68), do jornal *O Povo*, usava a cor apenas na capa e apresentava um visual sem os preceitos do design editorial dos principais jornais do país. O trabalho de fotografia é ilustrativo e percebe-se a produção visual integrada em vários movimentos: o uso de infografia, mesmo que rudimentar, além de recortes e títulos em tamanhos variados. A composição propôs um estilo exuberante para a época, com a mistura e o excesso de elementos, revelando uma cultura visual em transição. Destaque para o uso da composição em página dupla, com títulos passando de uma página para a outra.

Figura 68 – Leiautes do caderno especial “Soldados da borracha”, *O Povo* (21/06/1998)

Fonte: www.opovo.com.br.

5.2 PAPÉIS EM TRANSIÇÃO: A COMPREENSÃO DA FORMA

Moraes (2015, p. 43) considera a fase de transição dos meios de transmissão analógicos para os digitais o momento em que os designers mais souberam acompanhar o movimento tecnológico. “Os designers se voltaram para o desenvolvimento de páginas digitais de notícias e de seu fluxo de produção, que deveria assimilar as novas tecnologias e suas constantes atualizações, além de integrar-se à produção de impressos sem prejuízos.” Em processo anterior, a mudança no modo de montagem e impressão causou impacto negativo no

campo, com a demissão de designers que não se adaptaram à lógica dos *softwares*. "O passo natural desses profissionais foi 'migrar' para essa nova tecnologia – acompanhando, assim, um movimento facilmente observável em outros campos profissionais" (MORAES, 2015, p. 43).

Na virada do século, o redesenho do jornal *Correio Brasiliense,* dos Diários Associados, sintetizou as mudanças ocorridas no design de jornais nos 1990. Em uma proposta ousada, que lembra o estilo inaugurado pelo *Jornal da Tarde*, o *Correio* colocou o Brasil no topo do design editorial internacional, ganhando, em 1998 o *World's Best-Designed*, prêmio anual da SND para os melhores no ano anterior (SND, on-line). Chico Amaral, designer, jornalista e artista plástico, foi o responsável pela programação visual do jornal. Autodidata, Chico tornou-se um grande consultor do jornalismo visual e passou a integrar como sócio a Cases i Consultoria, desenhando jornais pelo mundo. No Brasil, redesenhou grandes jornais, tais como *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*. Em depoimento para esta tese[37], disse que o projeto gráfico do *Correio Brasiliense* tornou-se tão emblemático pela liberdade de experimentação. "Cada dia tinha a primeira página de um jeito, com expressão de uma forma, mas sempre com DNA do *Correio.* Internamente tinha páginas que variavam muitíssimo." A chave para a criação dessa flexibilidade estava na "densidade de texto, a relação texto e imagem, a quantidade de imagem, o tamanho da imagem. Tudo variava muito em função de uma superedição."

O trabalho gerou engajamento de leitores, com aumento de 64%. Realizada em três etapas, 1994, 1996 e 2000, a reforma comandada por Ricardo Noblat e Chico Amaral consolidou os experimentos da primeira fase em 1996. Chico Amaral relembra a estratégia: "Então, tinha dia que o *Correio Brasiliense* funcionava como jornal popular e tinha dia que ele funcionava com jornal de referência, tinha dia que ele parecia um jornal alemão. Tinha dia que ele parecia o *Jornal da Tarde*. Tinha dia que parecia com o *JB*". Essa liberdade trouxe uma visão do que funcionava para a construção de um projeto mais consolidado. "A gente já tinha provado as fórmulas, de qual era a melhor maneira de se comunicar com aquele mercado. Ela [a reforma] já foi mais profissional, porque eu tinha conquistado um espaço que me permitia estabelecer alguns pensamentos, tanto gráficos como editoriais." A autoridade conferida a Chico Amaral colocou o pensamento gráfico no mesmo patamar que o texto. "Eu tinha uma autoridade concedida e conquistada naquele momento das redações. E me permiti estabelecer e construí um processo de confecção e páginas bastante profissional." Ele buscava o aperfeiçoamento constante: cursou Artes e aprendeu a trabalhar com jornais, sendo aprendiz de

[37] Entrevista concedida à autora em 20/08/2019, via Skype. Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte.

um gráfico em Porto Velho (RO). Depois, migrou para a diagramação e seguiu o curso da evolução do jornalismo visual para o multimídia.

No projeto do *Correio Brasiliense*, a valorização da programação visual gera peças sofisticadas e celebra, no meio mais tradicional do jornalismo, um design pós-moderno frequente nas revistas da década de 1980 e 1990. Melo & Ramos (2011, p. 524-525) consideram que nessas décadas há o declínio da tradição hegemônica modernista do design, marcando "a ruptura com a ideia de uma totalidade íntegra e uniforme; em seu lugar, começam a surgir cenas compostas de estilhaços de imagens. (...) o fragmento emerge como possibilidade expressiva; ele ganha autonomia como imagem". Entre as referências citadas na entrevista por Chico Amaral está justamente David Carson (1956), designer americano, adepto do ruído e da desfragmentação das imagens no leiaute. Na figura 69, o exemplo comparativo do *redesign* do *Correio Brasiliense*.

Figura 69 – *Correio Brasiliense* antes (1994) e depois da reforma (1996)

Fonte: Reprodução Noblat (2008).

Uma das apostas do projeto foram as grandes reportagens. Como o jornal mirava o público do Distrito Federal, a estratégia foi desenvolver pautas que envolvessem o cidadão brasiliense. Em 1996, a campanha "Paz no trânsito" "culminou em uma passeata convocada pelo jornal que atraiu 25 mil pessoas vestidas de branco" (NOBLAT, 2008, p. 146). A ideia repercutiu e foi imitada. Chico Amaral recorda o ambiente criativo de concepção das equipes. "O Ricardo Melo, que era editor executivo de arte da época, bateu a mão na tinta e bateu a mão no papel e fez um selo, que era: Basta de violência no trânsito, paz no trânsito. Isso eu gosto muito, por causa da simplicidade". Para Amaral, o conteúdo do *Correio Brasiliense* era todo tratado como especial; a diferença das grandes reportagens era o tempo maior de elaboração. "Elas exigiam mais horas de trabalho, mas não tinha matéria importante do dia que não recebesse um tratamento visual importante. Era tudo ubereditado, supereditado sempre, sempre". Às vezes, a construção final das reportagens da primeira página era mudada por uma questão apontada pela arte. "Era um pânico pro editor, porque o editor já tinha tudo fechado e tinha que mexer em toda edição porque a gente sacou que a melhor forma de contar aquele fato era através disso aqui."

No mesmo espírito do *Jornal da Tarde*, o visual das matérias recebeu grande atenção, em uma rotina de elaboração que tinha início na reunião de pauta. "De manhã, a gente estava pensando como ia tratar cada uma das matérias. Interessante que tinha, naquele momento, como que a gente ia fazer a capa. Era uma coisa, assim, muito diferente para o padrão da época", relembra Chico Amaral. O pensamento desenvolvido na redação era buscar uma apresentação condizente com o conteúdo e mesmo relativizar a preponderância do texto na comunicação jornalística. "No velho jornal, importante era o texto, somente o texto, nada mais do que o texto. Utilizavam-se fotografias – desde que não tomassem o espaço do texto", explica Noblat (2008, p. 152). Na nova proposta "tudo que puder ser correta e convenientemente informado por meio de recursos visuais, assim deverá ser. Tais recursos serão postos, primeiro, a serviço da informação; segundo, do embelezamento do jornal. Exatamente nessa ordem". Chico Amaral complementa essa ideia: "É você encontrar a expressão gráfica correta pra aquele conteúdo. O que se chama de narrativa visual. Então, muitas vezes, depois de alguns anos, você já pautava sabendo como ia tratar visualmente. Mesmo fazendo uma coisa inédita."

A separação entre forma e conteúdo recebe o mesmo tratamento em termos hierárquicos, embora o visual seja subordinado à história. Amaral relembra: "A gente tinha acertado com o Noblat que, cada matéria, cada história que você contava, tinha que ter a cara do que a história pedia. Então, não era o design que impunha". Uma ordem inversa do que de certo modo se preconizava com a padronização da diagramação. O projeto se valia de uma

diagramação de “modulação rigorosa”, conforme palavras de Chico Amaral, utilizada em prol da criação. Na figura 70, um exemplo de capa rigorosamente diagramada e, ao mesmo tempo, uma ousadia gráfica representativa do início dos anos 2000. “A ideia era que qualquer matéria, quando a pessoa batesse o olho na página, já sabia que tom ou que história estava sendo contada ali, só de ver. Essa era a questão. Às vezes isso era um pequeno gesto, um título fazia isso.” Na sua explicação, vemos a programação visual tomando uma valorização que vai se acentuar no século XXI nas redações.

Figura 70 – Fotoilustração no miolo, *Correio Brasiliense* (27/10/2001)

Fonte: Reprodução Noblat (2002).

Bruno Falcone, diretor executivo de artes do *Jornal do Commercio* (*JC*) em Recife (PE), trabalha na área desde 1991 no mesmo veículo e acompanhou todo o processo de transição dos meios tecnológicos, assim como a ascensão dos designers na redação. O cargo de direção de arte foi criado em 1994 e, a partir de 1996, só pessoal formado foi contratado pelo *JC*. “Desde a informatização começou a ter muito mais influência e respeito das pessoas, dos profissionais, dos jornalistas em relação a nós, designers. Porque a gente não quer criar ingerência sobre o

projeto, a gente quer auxiliar", analisa Bruno em entrevista[38]. A valorização do visual passou, nos anos 1990, por uma orientação de mercado. Os *redesigns* provam isso, porém, essa transição gerou conflitos, que foram sendo dissipados na medida em que os jornalistas começam a entender a programação visual em sua dupla função de seduzir e informar.

Isso representa um passo à frente na construção de um campo de atuação, pois o design gráfico era encarado, em grande parte do mercado, como uma "perfumaria" para o texto, um paradigma advindo da montagem de livros. Quando a programação visual passa a integrar modelos mais complexos de comunicação visual, a área ganha em expressividade e passa a ser reconhecida como informação de modo mais abrangente. Em meados do século XX, o caderno de reportagem especial torna-se uma aposta de mercado. A concorrência com a internet fez os jornais retomarem sua vocação analítica e interpretativa. "O design das páginas voltadas para coberturas especiais até então identificadas em cabeçalhos ou selos, passou a contar com a possibilidade de novos formatos – como o ¼ de *standard* – e suportes, como papéis de gramaturas diferentes" (MORAES, 2015, p. 47).

Nos leiautes dessas reportagens vemos o trabalho verbo-visual em sintonia na construção do discurso, em uma expressão possível pelo modo digital de produção e impressão que comporta texturas, filtros, camadas, sombras e recortes típicos do estilo consolidado pelos *softwares* gráficos. A questão era de embelezamento de páginas e também de produção de um discurso verbo-visual. Quando a reportagem chega nesse estágio de elaboração, o jornalismo visual atinge patamares de excelência, porque explora o jornalismo, o design e a imagem, as três dimensões visuais em prol da narrativa da reportagem. Os cadernos especiais de grande reportagem são exemplos nos quais esse exercício profissional encontra espaço e tempo para a "superedição", lembrando a expressão usada por Chico Amaral.

Na reportagem "Os brinquedos dos anjos" (figura 71), de 2007, premiada com o Esso de 2008, o trabalho visual envolve os personagens da história. Durante a produção, a observação das crianças levou a equipe a desenvolver atividade fotográfica em parceria com uma entidade. O jornal doou 25 câmeras Kodak descartáveis para as crianças e o resultado foi publicado no caderno especial. Os repórteres Ana Beatriz Magno e José Varella (fotografia) passaram três semanas no Complexo do Alemão, na Vila Cruzeiro e no Chapéu Mangueira, observando o cotidiano das crianças em meio à violência. A interação da reportagem com os personagens, gerando conteúdo visual para a matéria, é uma forma de dar ao outro a oportunidade de se autorrepresentar, algo que o fotojornalista tinha como domínio exclusivo. É claro que a

[38] Entrevista concedida à autora em 16/10/2018, na sede do *Sistema Jornal do Commercio de Comunicação*. Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte.

popularização das câmeras digitais e dos fotógrafos amadores aumenta a participação do público na produção da imagem jornalística, mas isso não se consolida como um abalo à profissão.

Figura 71 – leiautes do Caderno Especial "Brinquedos dos anjos", *Correio Brasiliense* (12/10/2007)


Os Brinquedos
DOS ANJOS
Brincar de
BONECA


Os Brinquedos
DOS ANJOS
Brincar de
BOLA


Os Brinquedos
DOS ANJOS
Brincar de
VELHAS BRINCADEIRAS


Os Brinquedos
DOS ANJOS
Brincar de
PIPA

Fonte: Reprodução de portifólio de Ana Beatriz Magno.

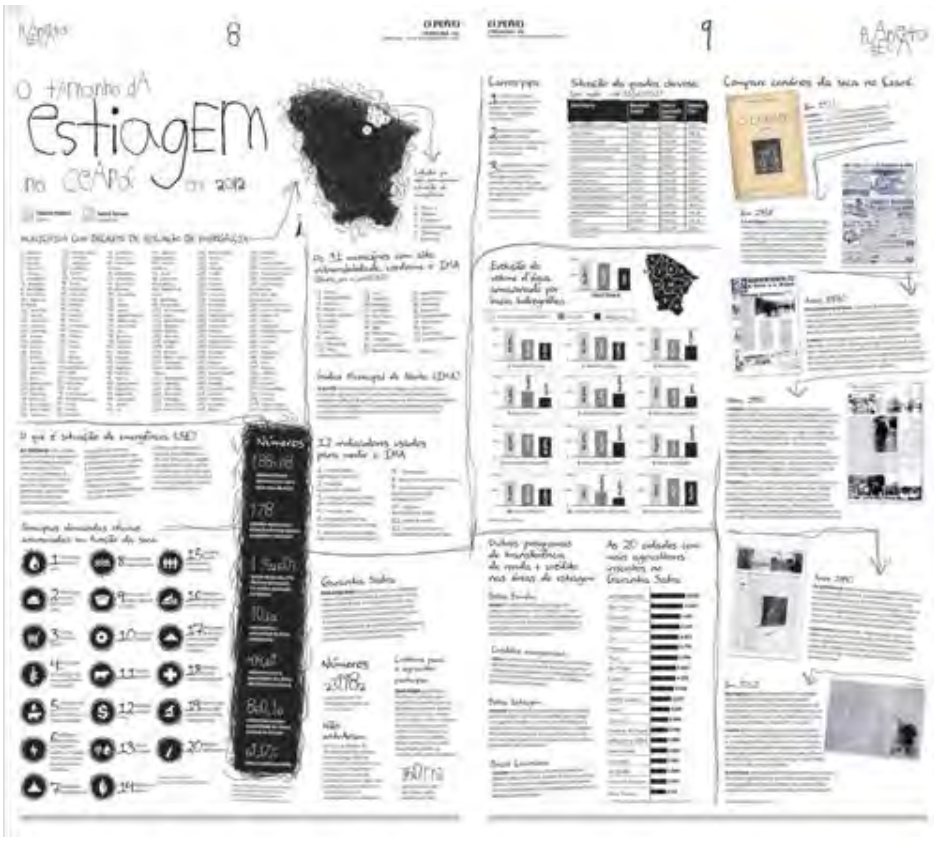
No todo visual da reportagem, vemos o típico estilo dos anos 2000, com texturas, ícones e bordas decorativas. Houve, nessa época, um experimentalismo por parte dos jornais, incentivado pelos tantos recursos disponíveis, que foram constantemente aperfeiçoados pelos *softwares* e sistemas de impressão de alta definição. No jornal *O Povo*, o especial "Mares do sertão" (figura 72), de 2007, utiliza de recursos semelhantes, misturando texto e foto, ainda em um visual disciplinado, mas com elaborada construção verbo-visual que flerta com a quebra de parâmetros modernistas. Os especiais sobre o sertão tornaram-se séries perenes desse jornal, produzidas no mínimo uma vez ao ano, e são exemplo do percurso gráfico das reportagens. "Planeta seca", de 2012, apresenta um jornalismo visual desfragmentado e design narrativo (figura 73).

Figura 72 – leiautes do caderno especial “Mares do sertão”, *O Povo* (30/08/2007)

Fonte: reprodução www.ana.gov.br

Figura 73 – leiautes do caderno especial “Planeta seca”, *O Povo* (11/11/2012)


5
URUBU NÃO dá conta
6
ÁGUA DE UNS
GADO VAI, VOLTA NEM
CAGAR E PENTEAR NO ESTIO


8
O tamanho da estiagem no Ceará em 2012
9


10
11
ÊXODO PARA O LIXÃO
VERDE NO CINZA
VIDA MELHOR EM CENTAVOS
"PRESENTE DE DEUS"


14
15
ORAÇÃO AO TEMPO
A VIAGEM DOS BICHOS

Fonte: www.opovo.com.br.

Na medida em que a expressão visual se diversifica, a área se valoriza e pode-se falar em um reconhecimento, no século XXI, de uma "era do jornalista visual", usando a expressão de Harris & Lester (2002), em seu *Jornalismo visual: um guia para os profissionais da nova mídia*. Lester (2002, p. 11) enxerga o jornalismo visual como "a narração de histórias com palavras, figuras e desenhos" forjada na evolução "das histórias individuais de tipografia, design gráfico, gráficos informativos, fotojornalismo, filmes, televisão e computadores, reunidos em várias mídias impressas e de tela". A orientação de Lester nessa conceituação reitera o desenvolvimento multidisciplinar do campo.

Durante a pesquisa, foram encontradas reportagens com expedientes incluindo a função de jornalista visual. Na defesa da área, Gil Dicelli[39], do jornal *O Povo*, se identifica como jornalista visual e compreende sua atuação como um campo específico. "Eu sou um jornalista visual. Então, entendo que esta é uma área que existe, é real, a gente não está falando de suposições." Formado em Jornalismo, Dicelli se interessou por jornalismo visual na universidade e estudou por conta própria, aprendendo a criar e executar leiautes. "Eu achava

[39] Entrevista concedida à autora em 20/05/2019, na sede do jornal *O Povo,* em Fortaleza (CE). Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte, exceto as referenciadas.

que eu era um designer gráfico, mas não. A forma até como desenvolvi o meu trabalho ao longo de todo esse tempo, a seriedade, as questões éticas, as questões jornalísticas que imponho ao meu trabalho, elas me colocam nesse patamar [de jornalista visual].” A diferença do jornalismo visual para o design gráfico convencional seria, na visão de Dicelli, o enfoque na informação. “É claro que tem que ter uma preocupação estética. Mas, antes da preocupação estética, tem a preocupação jornalística. Eu estou contando algo que tem fundamento, que tem um fator histórico, que tem que informar”. Até mesmo o uso da palavra arte lhe parece inadequada. “Aqui a gente não fala arte. Eu sou uma pessoa contra essa palavra. Porque acredito que a gente não faz arte, a gente faz jornalismo. Porque quando você diz arte é algo assim: estou representando algo, estou querendo expor algum sentimento [pessoal]”.

Quanto à instituição de um campo, a ideia encontra visão semelhante com Fabio Sales[40], diretor executivo de Artes do Estadão. “Eu percebo, assim, uma valorização ascendente do papel que o jornalista visual tem dentro das gerações, até mesmo porque a sociedade está se transformando cada vez mais numa sociedade visual, não é?” A mudança no perfil profissional foi determinante para a consolidação do campo, trazendo mais recursos e respeito. Sales lembra que a área era composta por “pessoas com o *background* ou de artes plásticas, ou de publicidade ou de desenho industrial, ou de um curso técnico qualquer, mas que basicamente eram, digamos assim, embelezadores de notícias”. A virada para um jornalismo visual seria também uma exigência dos leitores. “Era um salão de beleza das notícias, mas eu acho que isso tá mudando, porque o leitor também foi evoluindo, ele foi se sofisticando.”

Os jornalistas passaram a compreender melhor o papel do visual para além da fotografia, conforme analisa Sales. “Nos anos [19]90 isso era mais complicado, tinha muita briga entre a turma da forma com a turma do conteúdo, que era aquela coisa. ‘Não, eu não vou cortar 20 linhas de texto porque a página vai ficar mais bonita. Meu texto não!’” Para os jornalistas, verifica-se nesse percurso da grande reportagem que as modernizações gráficas para um jornalismo mais visual representam, também para o texto, uma mudança de forma e de perda de espaço. O tamanho fica mais enxuto e, em contrapartida, passa a ser composto por mais elementos: marcadores, boxes, janelas, fotolegendas, matérias divididas em várias partes. Para Sales, “o jornalista foi percebendo que o trabalho ganhava mais impacto quando também tinha uma preocupação visual. Então, acho que ele foi percebendo um pouco a importância que

[40] Entrevista concedida à autora em 30/03/2019, na sede do jornal *O Estado de S. Paulo*, em São Paulo (SP). Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte, exceto as referenciadas.

essa função tem no trabalho deles". Paulo Lafer de Jesus, o Polé[41], que, por sua vez, esteve na gênese dessa cultura nas redações dos anos 1960, conta que a programação visual evoluiu de uma atividade técnica para o *status* de uma editoria. "Antes da *Realidade*, esses jornais, as chefias eram o diretor da redação, a chefia de reportagem e o próprio dono. E fomos formando editorias, (...) e editoria de arte, porque a arte era uma coisa agregada à gráfica, não era uma coisa agregada à redação". A editoria de arte é um salto fundamental na ótica de Polé, "e, como ela é que fechava, tinha uma certa importância, porque era o fim do processo, mas tirava pouca vantagem. Quem ficava até tarde, quem tinha as maiores responsabilidades, tinha que voltar para revisar e coisa do tipo, era o pessoal da arte".

Pelo relato de Polé, nas décadas anteriores (1950-1970), como o material era produzido em processo praticamente manufaturado, a profissão de diagramador era mais valorizada. "Pouca gente sabia fazer. Agora, o sistema precisava dessas pessoas que sabiam fazer, então pagava, entendeu? (...) Então, a gente tinha salários bons, bons". Com o tempo, as necessidades de mercado deram mais autonomia aos diretores de arte e mesmo aos diagramadores. "Nessa fase mais moderna, que precisava ter uma capa que vendia, ideias diferentes, o aproveitamento do artista gráfico de publicação é um pouco repórter, porque ele tem que estar em sintonia com o gosto médio, o que é que as pessoas estão achando legal, né?", explica Polé. A relação com os repórteres levou o artista gráfico a também desenvolver sua *flanerie*. "Você tinha que ter essa coisa de observação do ambiente e isso foi muito interessante. Essa simbiose, que aconteceu com esses três caras: com o Miltainho, o Miltinho e comigo, né?" Polé se refere a Mylton Severiano e Hamilton Almeida, ambos repórteres de *Realidade*.

No Brasil, foi bastante heterogênea e lenta a forma como a valorização da área se deu. No *Estadão,* a editoria de arte passou a existir em 2005, quando Fabio Sales assumiu a função. Já as revistas preveem essa função desde a década de 1950. Outros jornais, como a *Folha de S. Paulo*, instituíram o cargo nos anos 1980. "Eu venho de uma geração de chefes que defendiam muito que não tem essas coisas de uma imposição do visual em relação ao texto e nem do texto em relação ao visual." Na fala de Sales, revela-se a abertura para a voz dos programadores visuais com a chegada de profissionais formados na editoria de Arte que acabam por participar de todas as editorias: "É tudo uma questão de argumentação. O trabalho multidisciplinar é construído com base em argumentação do início ao fim." Na visão de Chico Amaral, "o jornalista começa a ter uma noção, uma visão de produto. Ele só começou a ter essa noção

[41] Entrevista concedida à autora em 21/09/2019, em Ubatuba (SP). Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte.

quando as redações começaram de fato a serem digitais. O negócio digital exige que o jornalista entre no negócio, tem que entender a estratégia digital".

O crescimento e a valorização da área foram percebidos por Sales, inclusive na evolução dos salários. "Se for comparar, nos anos 1990, a média que eu via do que as pessoas ganhavam e hoje... Até mesmo para você conseguir gente com o *skill*, com capacidade de fazer, principalmente no digital, se não valorizar, acabou." Para esta tese foram entrevistados oito profissionais da área visual da redação de quatro jornais. Todos recebem acima de R$ 5 mil, sendo que os editores declararam ter renda superior a R$ 10 mil. No *Jornal do Commercio*, como lembra Bruno Falcone, era comum que reportagens premiadas fossem atribuídas apenas aos jornalistas. "O pessoal de Cidades, quando fazia essas reportagens especiais, ia pros concursos e botava: fulana de tal. E o visual? Então, faz o seguinte: 'Escreve a tua matéria em papel ofício e entrega teu trabalho pra ver se tu vai ganhar alguma coisa'". Atualmente, Bruno avalia que há o reconhecimento do trabalho coletivo. "Antes o jornalista só colocava o nome dele, parecia que era ele que fazia tudo. Fulana recebeu o prêmio e o designer que fez? O fotógrafo que fez? Hoje a turma já está colocando. O webdesigner foi fulano, o fotógrafo foi ciclano." Uma reivindicação natural. Nesta pesquisa, a evolução gráfica das grandes reportagens mostra que, na medida que a interação verbo-visual vai se aperfeiçoando, jornalistas e designers encontram novas fórmulas de construção narrativa em colaboração mútua.

Os jornais e revistas abordados até aqui fizeram parte das bases da cultura visual jornalística desenvolvida no Brasil para o papel. Sempre haverá uma lacuna quanto aos exemplos, mas a partir dos que foram aqui colocados, é possível ter uma ideia da formação do jornalismo visual no país, com a incorporação de uma cultura visual na redação, sendo que as produções de fôlego de todas as épocas se mostraram importantes agentes de inspiração e inovação. A modernidade criou as bases e preparou uma mudança radical para o jornalismo visual, pois a cultura digital, com a sua convergência de vários formatos em um suporte único, demandará uma adaptação de interface de produção, mas também de suporte, distribuição e leitura. A digitalização passou primeiro pela fase de mudança no meio tecnológico de produção e impressão, para a da distribuição on-line. As expressões no papel ganham liberdade criativa, mas logo passam a concorrer com os meios mais ágeis e de narrativas multimidiáticas. É quando uma nova cultura visual se instala, atualizando as formas narrativas das grandes reportagens.

6 A CONTEMPORANEIDADE DIGITALIZADA

6.1 NARRATIVAS CONVERGENTES

As grandes reportagens da atualidade são multimídia, apresentam registros em fotografias, desenhos, vídeos, infográficos animados, realidade aumentada e narrativas imersivas. Os primeiros meios de comunicação a migrar para a internet foram os jornais impressos, e logo surgiram o que se denomina "especiais multimídia" (LONGHI, 2014). A diversificação dos elementos de edição e da forma de interação com o texto representa uma transformação no modo como tradicionalmente a grande reportagem era consumida e realizada: em revistas e jornais impressos, veiculada em pacote completo ou em série. Os jornalistas se deparam com uma nova forma de construir narrativas jornalísticas e isso implica repensar os elementos visuais como conteúdo.

As redações começaram a se informatizar em meados da década de 1980, mas foi só nos anos 1990 que os meios de comunicação investiram em sites que replicavam o conteúdo impresso e, posteriormente, em jornalismo feito especificamente para a web. O jornalismo digital é uma área de estudos consolidada, com teorias consistentes. No Brasil, Marcos Palácios e Elias Machado, autores de *Modelos de jornalismo digital* (2003), elaboraram uma bibliografia amplamente usada no país, com pesquisas embrionárias do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia (UFBA), conceituando os novos recursos aos quais os jornalistas deveriam se habituar para chegar ao leitor por uma nova interface[42]. Palácios (2003, p. 18-20) divide as características do jornalismo digital[43] em: **multimidialidade/ convergência** – convergência dos formatos das mídias tradicionais, imagem, texto e som na narração do fato jornalístico; **interatividade** – o leitor/usuário atua diretamente no processo jornalístico por meio de comentários ou mesmo com os conteúdos; **hipertextualidade** – interconexão de textos por meio de links; **personalização** – opção do usuário para configurar os produtos jornalísticos de acordo com o seu interesse individual; **instantaneidade** – "rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização"; e **memória –** "volume de informação anteriormente produzida e diretamente disponível ao usuário e ao produtor da notícia". Canavilhas (2014) usa

---

[42] Conferir: SILVA JUNIOR, Afonso. **Jornalismo 1.2**: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do grupo O Estado de São Paulo. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea, Universidade Federal da Bahia, 2000.

[43] Os pesquisadores também usam o termo jornalismo on-line.

o termo webjornalismo, apresentando um modelo com todas as características citadas anteriormente e acrescentando a **ubiquidade –** "qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real" (PAVLIK, 2014, p. 160).

Considera-se parte desses elementos nas categorias de análise deste trabalho, porque precisam ser configurados como recursos visuais. A proposta também se coaduna com os itens presentes na metodologia de análise de recursos digitais on-line de Codina (2004), adaptada neste estudo para a investigação da narrativa visual da grande reportagem em diferentes formatos, conforme será descrito no capítulo 7. Esses novos fundamentos de construção da reportagem foram se tornando mais complexos para as estruturas visuais informativas enquanto conteúdo, e mais práticos e de baixo custo como tecnologia de trabalho. Na concepção de Lev Manovich (2001), o suporte digital, ao encarnar os saberes antes técnicos, manuais ou mecânicos, promove uma espécie de aceleração das técnicas. O uso da palavra aceleração é apropriado, inclusive, em relação à aprendizagem dos profissionais que lidaram diretamente com as novas linguagens digitais. Os jornalistas, sempre atrelados às técnicas de transmissão e produção de informação, são um grupo privilegiado no teste de novas linguagens comunicacionais. O trabalho de adaptação, nesse caso, foi árduo, e há exemplos de profissionais que não conseguiram se encaixar no cenário, ou que encontram dificuldades para atualizar seus programas gráficos.

Foi uma revolução de toda a cadeia produtiva. Para a fotografia, até então a principal expressão visual do jornalismo impresso, os processos se tornaram mais rápidos e exigentes. Mudou até mesmo a natureza da captação de imagens, que não é mais um processo químico proporcionado pela reação da luz aos sais de prata. Hoje usa-se um sensor que transforma as informações da luz em uma expressão numérica traduzida em pixels. É um cenário no qual toda a cadeia produtiva da fotografia é de base digital (SILVA JUNIOR, 2012). Podemos acrescentar que o mesmo ocorre com a produção visual – uma realidade que navega na cultura da convergência, termo cunhado pelo teórico Henry Jenkins (2009). Ele apontou o momento histórico em que as mídias se fundiram e houve a potencialização dos conteúdos, pois um mesmo texto ou fotografia pode ser distribuído em várias plataformas. Jenkins batiza essa forma de distribuir a informação de narrativas transmídia (*transmedia storytelling*). Há também uma convergência cultural dos consumidores que desejam participar da produção da informação. "Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis" (JENKINS, 2009, p. 29).

Essa nova era é chamada por Marcondes Filho (2009) de Quarto Jornalismo, momento em que toda a sociedade produz informação, as empresas se fundem, é dada grande importância aos impactos visuais e imprensa enfrenta crises de credibilidade, circulação e profissionalismo. Essa fase começou na década de 1970 e uma das características consolidadas nos anos 1980 foi a explosão das assessorias de comunicação. O jornalista da redação passou a conviver com informações "mastigadas" pelas assessorias e pela popularização da internet, sendo que, ao final da década de 1990, os releases começaram a pautar mais que a observação diária das ruas.

Quando acontecem mudanças tão radicais de ordem tecnológica é natural a existência de conflitos e desconfiança. Para o fotojornalismo, a revolução dos últimos 30 anos foi trabalhosa, mas os profissionais foram se adaptando aos poucos ao cenário que lhes era imposto pela ordem tecnológica. Em um primeiro momento, o analógico e o digital conviveram e eram assessorados por vários aparelhos tradutores de linguagem, tais com escâneres e *modem*s, necessários para transformar a foto analógica em digital e, assim, poder usar a internet para transmiti-la (SILVA JUNIOR, 2012). Na Guerra do Golfo, em 1990, o equipamento[44] básico de um fotógrafo da agência *Reuters* pesava 40 kg e era necessário uma hora para enviar uma fotografia via internet (GURAN, 2002).

Com o aprimoramento dos sistemas digitais ocorreu uma evolução na qualidade das imagens (resolução) e na portabilidade dos aparelhos, assim, parte do problema foi resolvido. A foto passou a ser editada diretamente no computador, quilos de equipamentos se tornaram desnecessários e a velocidade de transmissão aumentou. Mas as exigências de frequente adaptação causaram tensão aos fotógrafos, que a cada inovação tecnológica precisavam aprender novos processos de trabalho (SILVA JUNIOR, 2012).

Essa fase de transição para o digital foi um momento ainda de desconfiança entre os profissionais, suplantada pela melhoria de todo o sistema. O fotógrafo percebeu que depois de todo o esforço para aprender os novos caminhos de sua profissão vinham as vantagens da economia com filmes, a certeza de poder fazer mais fotos e a possibilidade de pular a etapa de revelação e ampliação das imagens. Assim, os puristas que rejeitavam a tecnologia digital renderam-se a ela. Seja pela melhoria de qualidade das imagens e equipamentos digitais ou pelas facilidades que a internet conferiu ao fotojornalismo.

A situação não foi diferente para os produtores visuais, designers e diagramadores. Segundo Ary Moraes (2015, p. 43), no contexto dos jornais, em meados dos anos 1990, a área

---

[44] O equipamento era composto de um MAC IIci de 25 MHz, um monitor de 13 polegadas, um escâner Nikon 35-10 e um Motorola de 14,4 kb (velocidade de transmissão) (GURAN, 2002).

do design gráfico já havia passado pela crise da informatização, operada na década de 1980. “A abrangência de sua área de atuação passou a ser ditada pelos *softwares* de editoração e ilustração, o que afastou muitos profissionais da grande imprensa, sobretudo em lugares onde essa tecnologia não estava acessível.” Outros profissionais acompanharam o movimento e migraram para a nova forma de trabalho. Esse processo de certo modo preparou os profissionais do campo para o jornalismo digital. E como define Santaella (2007), houve um processo de adaptação às mudanças dos meios tecnológicos que trouxe consequências, sobretudo fora dos grandes centros, como a precarização do trabalho, admitindo-se diagramadores e paginadores com mais habilidade técnica do que bagagem editorial.

Jenkins (2009, p. 377) se recusa a considerar a convergência como “um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos”. Para ele, as mudanças são mais profundas e operam transformações de ordem tecnológica, industrial, cultural e social. O autor defende uma alteração na lógica pela qual a cultura opera, já que a convergência cultural incentiva os consumidores a procurarem “novas informações e conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” e a ênfase dessa cultura está no fluxo dos conteúdos pelos canais de mídia. “Talvez num conceito mais amplo, a convergência se refira a uma situação em que múltiplos sistemas de mídia coexistem e que o conteúdo passa por eles fluidamente”.

A era da convergência “torna mais fácil aos consumidores arquivar, comentar os conteúdos, apropriar-se deles e colocá-los de volta em circulação” (JENKINS, 2009, p. 377). Outro aspecto da convergência são as tecnologias multiplataforma, que exigem dos produtores visuais um pensamento convergente. As imagens devem ser geradas para várias finalidades. Podem estar na matéria impressa de um jornal, na galeria do site desse mesmo periódico, ser distribuídas em aplicativos para celular ou estampar o blog da redação ou site de uma rádio on-line. Há de se ter imagens para todos os ambientes. Essa situação também exige que os profissionais das redações trabalhem em um ambiente de grande cooperação. Equipes colaborativas discutem o conteúdo para diversas plataformas e conhecem o trabalho um dos outros buscando maior eficiência, criatividade e inovação na divulgação. Para Silva Junior, o estudo do fotojornalismo na era da convergência mostrou que “(...) é necessário sobrepor destrezas profissionais e capacidade de adaptação a um fluxo de trabalho não somente digital, mas que, em adição, lida com gramáticas de vídeo, textuais, sonoras, de informação (SILVA JUNIOR, 2012, p. 43).

A exigência de um profissional multitarefa é inevitável neste cenário. Silva Junior (2012, p. 47) pondera que a convergência não pode ser usada como recurso de redução de custos. A sobrecarga de funções de trabalho e remunerações mais baixas geram “desníveis entre a

articulação criativa das diversas áreas envolvidas, como a tecnológica, profissional e corporativa". Sousa (2004a) visualizou um futuro em que o repórter fotográfico e o cinematográfico iriam convergir para repórter de imagem, pois as câmeras apresentarão menores limitações técnicas para captar imagens em movimento de definição aceitável que possam ser congeladas em fotos. Na grande reportagem essa é uma premissa já consolidada e, em relação às notícias cotidianas, alguns jornais trabalham com a convergência de todas as funções no repórter que escreve, fotografa, grava e distribui, em alguns casos publicando diretamente nos canais do meio de comunicação.

Manovich (2006a, p. 4) considera a fotografia "um código representativo resistente que tem sobrevivido a todas as ondas de mudanças tecnológicas". E é justamente a flexibilidade que a traz ao século XXI sem que ninguém diga que ela vai acabar, como se especula sobre o jornal impresso. A fotografia nas grandes reportagens contemporâneas continua presente, embora nem sempre encarne o *glamour* que já representou. Porém, mesmo que uma grande reportagem seja toda "desenhada" por designers, fragmentos fotográficos estão sempre presentes. Salaverría (2014, p. 34) também nota o uso constante das imagens fotográficas: "Libertas das limitações espaciais que impõe o papel, as publicações na internet não têm fronteiras para a fotografia, seja em termos de número, dimensão ou formato". O pesquisador ainda aponta outros tipos de usos ainda mais criativos, como "panorâmicas de 360º, megafotografias, carrosséis, fotografias de geolocalização com efeitos de navegação especial e de zoom de alta definição, etc" – exemplos de como os meios digitais têm se apropriado do jornalismo visual abrindo fronteiras para a percepção na reportagem.

Embora o uso de fotografias seja crescente e diversificado, pesquisadores da área (SILVA JUNIOR, 2012; ROUILLÉ, 2009; BAEZA, 2001) criticam sua banalização e consideram que o valor a ela outrora outorgado não se aplica aos dias atuais. As imagens criadas artificialmente tendem a tomar o lugar da fotografia, e as padronizações impostas por agências de notícias e pelas rotinas opressoras tendem a diminuir a diversidade e homogeneizar o discurso fotográfico, por isso circulam fotos quase idênticas na cobertura de fatos. Conforme veremos na análise, a fragmentação privilegia histórias individuais, em contextos específicos, destacando o retrato posado.

Porém, na grande reportagem, o território estudado oferece mais possibilidades criativas. Os formatos convivem e se complementam, conforme veremos nos exemplos. Além da fotografia, Salaverría (2014, p. 29) categorizou outros sete elementos que conferem multimidialidade às narrativas da imprensa: texto; gráficos, iconografia e ilustrações estáticas; vídeo; animação digital; discurso oral; música, efeitos sonoros e vibração. A conclusão

conceitual do autor é de que multimidialidade é “a combinação de pelo menos dois tipos de linguagem em apenas uma mensagem” (SALAVERRÍA , 2014, p. 30). Ou seja, desde quando a impressão de imagens e textos em conjunto foi possível, produzimos conteúdos multimídia. Aqui, opta-se pelo uso tradicional, multimídia como a combinação de linguagens em interfaces digitais. Grande reportagem multimídia refere-se a conteúdos para web ou outros suportes digitais com linguagens combinadas.

6.2 O DESIGN NA OFICINA DO *SOFTWARE*

O jornalismo visual para telas estabeleceu seus padrões baseado na tecnologia da oficina tipográfica; depois o *software* encarnou esse saber e o reconfigurou. Para o design gráfico, a digitalização também atingiu toda a cadeia produtiva. Praticamente todos os processos que eram desenvolvidos manualmente e com o uso de máquinas passaram a ser realizados no computador, em um *software* que encarna os saberes do design editorial. Lúcia Santaella (2007, p. 263-264) discutiu as transformações ocasionadas pelos aparelhos digitais nas produções estéticas não orientadas necessariamente para produtos artísticos. “Estéticas tecnológicas podem se fazer recentes em publicidades, designs de hipermídia, vinhetas de televisão, filmes documentários (...).” Um ponto fundamental é observar que “estéticas precedentes não desaparecem quando surgem novas tecnologias. Pelo contrário, elas vão se somando, complementando-se, interconectando-se”. Por esse motivo, a análise de recurso digitais deve levar em conta outras linguagens não nativas do ambiente digital, como a fotografia e o cinema. “Uma das características mais importantes das estéticas digitais está na sua absorção e hibridização das estéticas tecnológicas anteriores” (SANTAELLA, 2007, p. 264). Nesse sentido, as tecnologias digitais propiciaram a convergência de todos os tipos de linguagens em uma só máquina: o computador.

Manovich (2006b) observa que comandos como exportar e importar foram fundamentais para as estéticas tecnológicas, permitindo a mistura de linguagens, porque sua base de dados é a mesma, embora a visualização possa representar diferentes linguagens: cinema, televisão, fotografia, desenho, etc. O pixel é a base da visualização da imagem, que por sua vez é um dado numérico binário. Essa condição proporcionou a mistura de linguagens: “uma linguagem midiática híbrida, intricada, complexa e rica – ou melhor, várias linguagens que compartilham a mesma lógica básica de remixabilidade” (MANOVICH, 2006b, p. 7). A característica básica do *remix* é ser uma espécie de colagem, uma expressão própria da arte moderna, como as primeiras colagens de Pablo Picasso (1871-1973) e as fotomontagens do

movimento dadaísta. As vanguardas artísticas e do design flertaram com o *remix* também em misturas de linguagens, como a tipográfica e a fotográfica, experimentada por El Lissitzky (1890-1941) na vanguarda russa. Mas Manovich (2006b) não enxerga essa estética como totalmente análoga à colagem por justaposição, porque quem opera essa mistura é o *software,* capaz de criar milhares de camadas e níveis de transparência.

Outra curiosidade é que a montagem dos jornais era realizada com técnica de colagem conhecida como *paste-up.* Todos os elementos da página eram diagramados manualmente, cortando e colando textos, imagens e desenhos. O jornalismo se valeu de técnicas de remixabilidade em suas construções visuais, vide o depoimento de Accioly Netto sobre o uso de imagens estrangeiras na revista *O Cruzeiro*, no capítulo 4. A primeira capa da revista *Diretrizes*, produzida pelo artista gráfico Santa Rosa (figura 74), flerta com a colagem dadaísta. Então, a lógica da remixabilidade já está presente nas mídias há algum tempo.

Apesar de colagens e misturas de linguagens serem possíveis, qualquer alteração necessitava da produção de uma nova matriz do elemento a ser modificado. Inicialmente, o fato de poder corrigir erros rapidamente nos *softwares* foi uma primeira vantagem em relação à forma tradicional de diagramação *paste-up*, a princípio com o texto (corrigido no processador específico e reimpresso para matriz) e depois com a própria montagem nos *softwares* de editoração eletrônica, que podia ser facilmente alterada. Lev Manovich (2006c, p. 8) chama essa nova era de produção de "cultura do *software*". "Unidos dentro de um ambiente computacional, os efeitos especiais, o design gráfico e a tipografia formam uma nova metamídia". Para a cultura visual, a manipulação infinita da matriz digital vai favorecer a estética da remixabilidade e inaugurar um novo estágio para os processos de produção do jornalismo visual.

Figura 74 – colagem na capa da revista *Diretrizes* (1938, nº 1)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Santaella (2007, p. 261) lembra a importância da mudança no papel do observador nesse cenário. Se a visão era incensada pela sociedade do século XX, na era digital ela é um sentido de poder. "Em um sistema como esse no qual a informação é manipulada dinamicamente, sua dependência do observador fica intensificada, pois o campo dinâmico de pontos instantaneamente variáveis passa a ser controlado diretamente pelo observador". Então, ver as mídias digitais é também participar ativamente da construção da narrativa da leitura, é interagir. Manovich (2011, p. 5) chama de "visualização de dados" os processos que envolvem a manipulação de uma grande quantidade de dados na construção de uma representação gráfica. "Fazendo uso de *software*, podemos visualizar conjuntos de dados muito maiores do que era possível anteriormente; criar visualizações animadas, mostrar como os processos se desdobram no tempo e, mais importante, manipular visualizações de forma interativa."

Para o pesquisador, o design da informação e a visualização de dados são expressões diferentes, porque o primeiro trabalha com informações (dados já decodificados) para organizá-los graficamente, e a segunda trabalha com dados e os decodifica a partir de um sistema que gera a representação gráfica. Ou seja, na visualização de dados, um sistema gera informações e as torna visíveis. Daí surge a importância de profissionais que saibam lê-los para criar visualizações para grandes volumes de informação. Essa diferenciação traz novos elementos de trabalho para o design editorial. No jornalismo visual, essa possibilidade pode, inclusive, transformar as relações dos jornalistas com a importância das representações visuais na concepção da reportagem. Se a matéria-prima dos jornalistas é a informação, os bancos de dados são poderosas formas de gerá-las e de construir narrativas jornalísticas associadas à visualidade.

Desde o surgimento das revistas ilustradas, as relações visuais estabelecidas entre leitores e as mídias tornaram-se mais lúdicas. Thierry Gervais (2007) acredita nas revistas ilustradas como uma ruptura com o modo tradicional da leitura encadeada. A integração de diversos elementos transformou a própria página em imagem, propiciando um folhear aleatório que pode atrair para o conteúdo pelo visual. Assim, as páginas são um espetáculo de imagens, e o leitor, um espectador. Já na era digital, o leitor pode ter todas essas experiências estéticas lendo um texto linear como um pergaminho no celular, assistindo a um filme ou percorrendo uma galeria de imagens em uma relação interativa.

Ellen Lupton e Jennifer Collins (2008, p. 6) elaboraram para esse contexto o livro *Novos fundamentos do design*. A motivação foi a falta de um manual conciso para o design bidimensional dedicado "à defasagem existente entre *software* e pensamento visual". "Durante a década de 1990, os educadores de design viram-se forçados a ensinar (e a aprender) o uso de

softwares, e muitos de nós lutamos para equilibrar as habilidades técnicas com o pensamento visual e crítico". O curioso é que as velhas regras voltam nessa abordagem, retomando os ensinamentos da Bauhaus e de outros pioneiros do design formal. Assim, as pesquisadoras trabalharam em uma proposta de renovação baseada em elementos que surgiram – ou foram facilitados e popularizados – como objeto de trabalho do design após a revolução digital.

Embora a visão pós-moderna seja crítica aos conceitos universais da forma defendidos pela Bauhaus, Lupton e Collins (2008, p. 9) ponderam que os designers "entenderam o desafio da Bauhaus de descrever a linguagem da visão de modo universal" – um exemplo crucial é o modo como os *softwares* manipulam as imagens. "O *Photoshop*, por exemplo, é um estudo sistemático das características de uma imagem (seu contraste, tamanho, espectro etc.). O *InDesign* e o *QuarkXpress* são explorações estruturais da tipografia (...)". Os elementos básicos da linguagem visual propostos nos livros de design recorrem à decomposição do objeto em ponto, linha, plano, textura e cor, organizados com princípios de "escala, contraste, movimento, ritmo e equilíbrio". Na proposta de Lupton e Collins (2008), os novos fundamentos são baseados em "noções universais em ascensão", entre elas: camadas, transparência, modularidade, padronagem, diagrama, regras e acasos. Vamos nos concentrar nas três primeiras, que trazem para a grande reportagem multimídia consequências expressivas bem marcadas.

No design contemporâneo, a transparência é um elemento frequentemente utilizado para demonstrar relações temáticas e suavizar limites. A interação com as camadas é outro fundamento possível nas superfícies presentes nas *timelines* em diversos *softwares,* como o *Photoshop*. A grande reportagem multimídia é um gênero de múltiplas camadas. O design gráfico para o jornalismo visual em suportes digitais prevê um pensamento em camadas para as partes visíveis ao leitor e para aquelas subjacentes, que abrigam o código e o sistema de administração da informação. Qualquer visualidade no suporte digital passa pela confecção de códigos numéricos, que serão transformados em representação gráfica. Pode-se inclusive afirmar que toda representação gráfica no jornalismo de base digital é a própria visualização de dados nos termos de Lev Manovich. E é justamente esse código universal das redes digitais que possibilita as novas estéticas do *remix*, das camadas e da modularidade dos conteúdos.

Assim, surgem funções como o *front-end* e *back-end*, o designer que prepara os elementos e códigos para a página ser visualizada, função que já foi do paginador. No jornalismo visual contemporâneo, os processos digitais excluíram, em muitos casos, a etapa de diagramação. A publicação instantânea dos conteúdos por meio de formulários nos sites administrativos a partir de páginas-modelo também é uma característica básica dos designs

digitais. Operações possíveis pela modularidade, princípio que Lev Manovich[45] (2005, p. 11) considera basilar nas mídias computacionais. "As imagens quebram-se em pixels, o design gráfico, filmes e vídeos quebram-se em camadas. O hipertexto modulariza o texto". A grande reportagem também modularizou-se no ambiente digital. Os textos são mais fragmentados em capítulos sequenciais ou em peças totalmente independentes, além de oferecer vários módulos de informação, com linguagens diversificadas, distribuídas em diferentes camadas.

Rafael Cardoso (2013, p. 207) lembra que sem as interfaces gráficas, a *World Wide Web* jamais teria alcançado a extensão dos dias atuais, porque poucas pessoas conhecem o código-fonte da interface digital. "Do ponto de vista da sua difusão social, a rede é um fenômeno tanto de design como de informática." Em sua avaliação dos leiautes de sites, conclui que a principal referência para as páginas da web é a organização hierárquica e diagramática do jornal. "(...) Importa pensar o site (conjunto ou sucessão de páginas) como um sistema de navegação. Aí, sim, tornam-se imperiosos os paralelos com o jornal" (CARDOSO, 2013, p. 209). A capa de um jornal e a página de entrada (*home*) dos sites possuem estruturas e princípios bastante semelhantes, levando a desdobramentos no "interior" da mídia por indicações gráficas (Ex.: chamada na capa: "Veja mais na página 2") e, nos sites, pelos *hiperlinks*, que transportam o leitor para o conteúdo indicado.

6.3 MAPAS DE LEITURA MULTIMÍDIA

Quem se debruçou sobre o formato de grande reportagem multimídia foi a pesquisadora Raquel Longhi, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Seu trabalho mapeou o formato e o considera uma renovação e um gênero expressivo do jornalismo de suporte digital. Na perspectiva aqui discutida, considera-se uma renovação, porém uma modalidade de grande reportagem, pois a essência desse formato é basicamente a apuração aprofundada e, para isso, as técnicas jornalísticas continuam as mesmas, o que muda são as linguagens em ação.

É certo que as primeiras experiências com grandes reportagens na web foram uma mera transposição, com folhear digital, assim como ocorreu com os outros gêneros. Gradativamente os jornais começaram a investir em sites especiais ou *hotsites* – no jargão da área de Tecnologias da Informação –, que são espaços produzidos dentro de outros sites, mas que, por apresentarem conteúdo com sua própria organização, possuem um leiaute específico,

---

[45] Tradução livre.

com navegação própria – um novo site dentro de outro.

No *Jornal do Commercio,* de Pernambuco, o especial premiado "Os sertões", de 2009, com texto de Fabiana Moraes e fotos de Alexandre Severo (1969-2014), já flertava com os modos de navegação modulares, incentivando novas formas de organização da leitura. Embora disponível na web, a narrativa foi desenvolvida para o suporte impresso, organizada em um caderno de 24 páginas. Explora a expressão fotográfica do retrato e usa metalinguagem, mostrando bastidores dos ensaios. A reportagem traz uma série de perfis de pessoas que vivem no sertão pernambucano, em referência ao livro homônimo de Euclides da Cunha. Os retratos são estetizados, buscando o simulacro, e o texto procura apresentar personagens que desconstroem ideias comuns sobre os habitantes do sertão. As imagens, ao mesmo tempo que estereotipam os personagens, deixam o leitor ciente da estetização (figura 75).

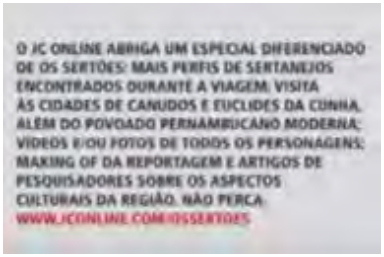
A leitura em PDF ficou disponível no site *Issuu* (issuu.com) para folhear digitalmente e anunciava um especial paralelo na página 3 do impresso (figura 76). Em um primeiro momento no Brasil, essa modalidade de reportagem apresentava, na web*,* adendos ao impresso, sem que houvesse grande preocupação em editar os elementos em interação com o texto. Na tradição da grande reportagem brasileira, os jornalistas responsáveis pela apuração e produção de narrativas densas costumam ser redatores virtuosos. A transição da grande reportagem com texto e foto para uma materialidade com texto e múltiplas possibilidades de interação é um aprendizado para repórteres e produtores de imagem. Lugar em que a criatividade ganha espaço, contribuindo para um ambiente de diversificação das narrativas. Nesse exemplo, a busca pela inovação na web não se dá pela integração de muitos recursos multimídia, mas pela liberdade de navegação oportunizada ao leitor.

Na página de entrada do *hotsite*, múltiplas fotos apresentam os personagens de modo horizontal (figura 77). Pode-se clicar em qualquer foto e construir um caminho narrativo próprio em um jogo visual. É o princípio da modularidade em ação na grande reportagem. A forma de edição propicia o formato porque é uma grande reportagem de apresentação de um contexto a partir de histórias particulares. Quanto à utilização dos recursos multimídia, a integração ainda é tímida e os conteúdos em vídeo e fotos são tratados como extras. O leiaute imita a página de jornal, inclusive utilizando colunas, algo pouco usual no design para publicações on-line.

Figura 75 – Páginas do impresso para folhear na web “Os sertões”, *Jornal do Commercio* (09/08/2009)

Fonte: http://www2.uol.com.br/JC/sites/sertoes/pdf.html. Acesso em 12/03/2017.

Figura 76 – Anúncio para a web, *Jornal do Commercio* (09/08/2009)



Fonte: http://www2.uol.com.br/JC/sites/sertoes/pdf.html. Acesso em 13/03/2017.

Figura 77 – leiautes de “Os sertões” na web, *Jornal do Commercio* (2009)

Fonte: http://www2.uol.com.br/JC/sites/sertoes. Acesso em 13/03/2017.

Longhi (2014) chama a primeira fase das grandes reportagens na web de especiais multimídia e a segunda de grande reportagem multimídia. A diferença está na integração dos elementos na narrativa como um todo, para que não seja uma “sobra” ou adendo do impresso, mas um conteúdo do corpo da reportagem. Por um longo período, a diagramação na web era até mais engessada do que no impresso, mesmo com as linguagens múltiplas. Em sites que trabalham como portais, essa máxima ainda é detectável, porque há diversas camadas sobrepostas em um site e mudanças gráficas implicam em alterações de código e de formulários de alimentação. Os formatos utilizados para textos longos da web ganharam fôlego com a

chegada do HTML 5[46], linguagem de programação promotora de designs mais diversificados que o *Flash*, que ainda é utilizado, mas em menor escala (LONGHI, 2014). Mesmo assim, os textos longos dos especiais seguem design semelhante.

É coerente e útil a sistematização de Longhi (2014), principalmente para compreender os avanços da linguagem da grande reportagem entre um formato ainda experimental na web, o especial multimídia, e um raciocínio mais integrado, possibilitando, pela linguagem HTML5, a grande reportagem multimídia. Aqui, os dois formatos não serão diferenciados, pois no jargão da área toda grande reportagem é um especial, mas nem todo especial é uma grande reportagem. Então, considera-se nesta abordagem que existe o especial multimídia de grande reportagem (objeto da tese) e especiais genéricos, que podem assumir diferentes facetas no jornalismo e até no *marketing* – como é o caso de especiais realizados para atrair anúncios (cadernos temáticos como noivas, além de especiais comemorativos – natal, dia das mães etc.).

No quadro desenvolvido por Longhi (2014) (figura 78), o início da década de 2010 é marcada pela elaboração de narrativas mais integradas, configurando a verdadeira grande reportagem multimídia. O marco dessa inovação é a reportagem *Snow fall – the avalanche at tunnel creek*, do *New York Times* (2012)[47]. Nessa narrativa, a reportagem utiliza uma nova proposta de design, com uma interação dos elementos multimidiáticos. O recurso marcante foi a navegação vertical, com *paralaxe scrolling*, que permite que o texto deslize verticalmente sobre animações e fotos, criando um efeito visual de página animada. Os novos fundamentos do design foram puramente contemplados nessa reportagem, com transparência e modularidade. As informações ficam sobrepostas em camadas, o que permite a rolagem do texto e a fixação das imagens. E a transparência é um recurso estético de impacto, escondendo e mostrando o conteúdo e realizando fusões com tipografia, fotografia e imagens em movimento.

Na fase três, Longhi (2014, p. 908) enxerga um ponto de virada no modo de fazer das reportagens para web. A partir das observações da autora, percebe-se o quanto o design de interface foi fundamental para a renovação da cultura visual dos jornalistas. Um ponto em comum é a padronização da plataforma de visualização do texto longo, também chamado de

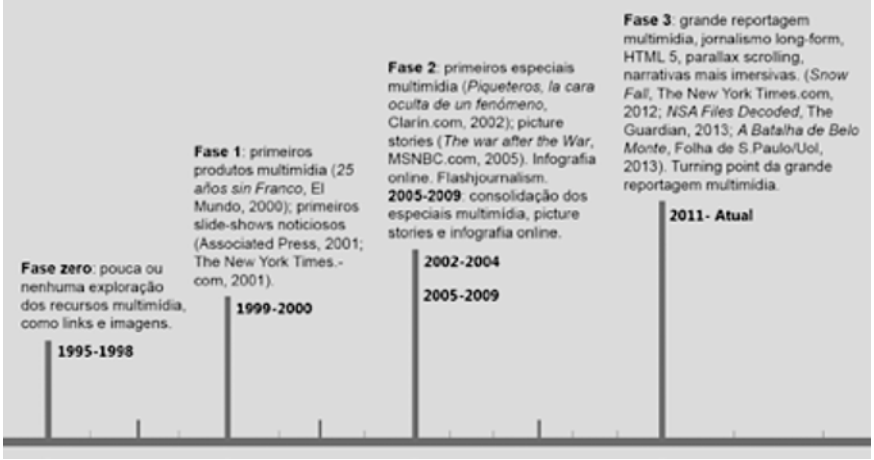
---

[46] O HTML5 é a quinta evolução do HTML (Hypertext Mark-up Language), a linguagem que permitiu a visualização de dados na internet. Integrando novas ferramentas de organização semântica, multimídia e de acessibilidade, o HTML5 permitiu maior diversificação dos leiautes e da organização dos textos. Comandos tais como <section>, <article>, <header>, <footer> e <aside> criam novas formas de organização de seções. O código passa a permitir o convívio harmônico das ferramentas multimídia com a adição dos comandos <aúdio> e <vídeo> para citar algumas evoluções primordiais para a grande reportagem.

[47] Disponível em: http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek.

longform[48]. O desenvolvimento de uma espécie de pergaminho contemporâneo, que atualiza o pacote multimídia em tempo real na mesma rolagem, favoreceu a leitura de uma maior massa de textos, com a possibilidade de encontrar outros caminhos narrativos, como vídeos, fotos e animações ao longo do percurso. Canavilhas (2014) fez uma revisão dos conceitos e modelos de hipertextualidade para a notícia, desenhando organogramas para representar os caminhos aos quais o leitor tem acesso. Para as discussões sobre reportagem neste trabalho, esses modelos, na grande maioria dos casos, não se aplicam. São estruturas baseadas nas formas da notícia como a pirâmide invertida[49]. Em 2006, Canavilhas sugeriu a pirâmide deitada como uma representação gráfica mais apropriada para a notícia na web. A recomendação é fugir do formato da pirâmide invertida para usar com mais propriedade os recursos multimídia. "O jornalista pode oferecer novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos multimédia organizados em camadas de informação" (CANAVILHAS, 2006, p. 7). Não que essa possibilidade não existisse antes. Como apontou Cardoso (2013), tanto as revistas impressas como os jornais já tinham a possibilidade de serem hipertextuais, com "*links*" que levavam a outros textos, ensaios fotográficos, jogos dentro da estrutura da publicação. E o leitor também escolhia por onde começar.

Figura 78 – evolução dos formatos noticiosos multimídia



Fonte: (LONGHI, 2014, elaboração de Kerley Winkes).

---

[48] O *longform* se aplica a vários tipos de textos disponíveis na web que tenham mais de 4 mil caracteres. A grande reportagem, para ser *longform,* pressupõe um conteúdo entre 10 e 20 mil caracteres (LONGHI, 2014). Neste trabalho, opta-se por demarcar a expressão no contexto jornalístico, utilizando o jargão da área para texto longo: grande reportagem. É também uma forma de mostrar que o foco deste estudo de jornalismo visual analisa várias materialidades.

[49] Convenção do texto jornalístico no qual as informações mais importantes aparecem em ordem crescente, atendendo às perguntas do *lead*: O quê?, Quando?, Onde?, Como? e Por quê?

No caso da reportagem, a pirâmide invertida é uma estrutura nem sempre utilizada e, nos formatos longos, menos ainda. Com mais liberdade para construir os textos, os repórteres podem dar ênfase literária, contar a história de modo linear ou escolher tratar o assunto a partir de histórias individuais, como fez Fabiana Moraes, em "Os sertões". A diversidade criativa na reportagem é infinita, portanto, aqui prefere-se comparar a estrutura dos textos da grande reportagem multimídia a um mapa. Um mapa não tem uma estrutura fechada como a pirâmide, o caminho quem escolhe é o viajante, ele sabe que há atalhos, mas pode optar por uma rota mais interessante, em que um filme esteja em cartaz ou uma exposição de fotografia chamou sua atenção. Ao final do percurso, algum conhecimento daquele universo o leitor adquire. Esse mapa pode ainda seguir lógicas muito diversas, sejam lineares, como os de ferrovias, ou orgânicos, como os geográficos.

Na era digital, os jornais investiram em sofisticação de especiais impressos, buscando valorizar o conteúdo e manter os leitores. A exploração do espaço da página, dos formatos e das texturas do papel são vantagens em relação ao design desenvolvido para telas. Vejamos o exemplo da página impressa e do especial multimídia da reportagem "Grandes sertões afetos", do jornal *O Povo*, publicada em 8 de maio de 2017 (figuras 79 e 80). A figura 79 revela um visual intrincado, possível a partir de um processo editorial elaborado com ampla pré e pós-produção de recursos visuais. O uso da colagem como base para o design cria o espaço e a ideia de movimento. É a estética da remixabilidade operando. Gil Dicelli (2017, p. 2), diretor do núcleo de Imagem do jornal *O Povo*, diz no editorial do especial que a escolha pela colagem "está ligada aos álbuns de fotos, às colchas de retalhos, àquela matéria do nosso espírito que, depois de uma longa jornada, nos faz juntar pedaços para recontar o que vivemos e, principalmente, quem somos". Essa reportagem não usou pequenos fragmentos de vídeo entremeados ao texto. A opção foi por um vídeo mais alongado, *O reencontro do sertanejo com a chuva e os afetos* (9'25"). A edição de fotos com estilizações sutis confere unidade ao design. As imagens foram exploradas de modo a construir o imaginário sobre o espaço narrativo e os personagens. Como a equipe viajou pelo sertão, a riqueza visual e informativa potencializou a narrativa textual. O enredo construído mostra a vida simples do sertão e cria um imaginário de singeleza e felicidade.

A matriz digital favoreceu a visualidade em todos os formatos, mas a página impressa ainda propicia "narrativas visuais não-lineares", com os arranjos gráficos e os inúmeros recursos de design que podem ser empregados. Grandes reportagens veiculadas em cadernos especiais de várias páginas, sem anúncios, são um investimento presente, mas descontínuo nos jornais de referência das primeiras duas décadas dos anos 2000. Há uma crença de que textos

longos não servem para as telas, embora tenham conquistado seu espaço. Na medida em que o pergaminho digital nos surpreende com áudios, vídeos e animações durante o percurso, a leitura tende a ser mais agradável. O jornalista produtor de grande reportagem precisa desenvolver competências visuais para que sua história seja contada de forma atraente nos diferentes formatos. A complexidade de elementos visuais nos coloca diante de desafios também para a pesquisa.

Figura 79 – leiautes para impresso na era digital, "Grandes sertões afetos", *O Povo* (08/05/2017)

Fonte: https://especiais.opovo.com.br/grandessertoesafetos/. Acesso em 11/12/2018.

Figura 80 - detalhes da reportagem na web, “Grandes sertões afetos”, *O Povo*

Fonte: https://especiais.opovo.com.br/grandessertoesafetos/. Acesso em 11/12/2018.

6.4 DAS NARRATIVAS DIGITAIS DE IMERSÃO

A narrativa do texto e o modo de organização do conteúdo e da produção passaram por uma transformação desde que o formato digital se instalou como o modelo de negócios prioritário. A narrativa multimídia[50] é composta por elementos que se complementam e que podem ter uma vida independente. Alguns arranjos de seus aspectos estruturais e expressivos são possíveis apenas em suporte digital, como a interatividade, a hipertextualidade e a multimidialidade – elementos que propiciam o surgimento de novas modalidades informativas visuais. Baccin & Canavilhas (2015, p. 16) refletiram sobre as formas do hipertexto em grandes reportagens multimídia, apresentando a flexibilidade e a potencialidade do formato. "A hipertextualidade e a multimidialidade na reportagem webjornalística permitem incrementar o caráter documental do gênero e valorizar os elementos que dão sentido ao discurso." Quando os autores dizem "incrementar" estão se referindo aos formatos que antecederam o digital. "A hipertextualidade pode proporcionar, ainda, o enriquecimento da experiência do leitor com o conteúdo por meio da construção de diferentes percursos de leitura e exploração dos recursos hipertextuais (personalização)". Os enlaces, que são exclusivos desse meio, hibridizam outras linguagens, fundindo a sua própria.

Longhi & Winques (2015) mapearam a organização estrutural das narrativas em *longforms* e sugerem dois tipos de leitura: a vertical e a horizontal. As autoras se apoiam no conceito de Larrondo Ureta (2009), para quem a dimensão horizontal se faz mediante níveis sucessivos acessados por links, e a vertical acontece a partir da rolagem da tela. "A dimensão narrativa verticalizada tem se destacado com maior frequência nas grandes reportagens multimídia e em portais específicos de *longform*" (LONGHI &WINQUES, 2015, p. 11). Essa constatação das autoras também se confirma nesta tese. Na medida em que o celular se torna o principal suporte de leitura, a forma vertical e linear tende a crescer. Os modos de diagramação da página linear de grandes reportagens têm se diversificado: existem leiautes que utilizam os dois tipos de acesso aos conteúdos, permitindo a rolagem completa e oferecendo um menu suspenso em capítulos, enquanto outros utilizam geolocalização. Esse modelo misto é o mais eficaz, porque possibilita ao leitor voltar ao início ou a qualquer parte sem precisar rolar a tela de volta.

---

[50] Alguns autores (BACCIN, 2017; LONGHI, 2014; SALAVERRÍA, 2014), divergem quanto ao termo, optando por hipermídia, multimedia ou transmedia. Neste trabalho optou-se por multimídia.

Esse mapa de percurso, seja vertical ou horizontal, é um aspecto do jornalismo visual, porque é a partir dele que o leitor conhecerá a história. São elementos da edição digital, que organizam os elementos estruturais. Para as análises visuais desta tese, a hipertextualidade será considerada quanto à forma de organização do conteúdo, ou seja, como se estrutura o mapa da reportagem. O uso de cada modalidade informativa segue os mesmos princípios editoriais de qualquer formato jornalístico, evitando redundâncias e integrando as partes no todo. "Deve agregar informações que as demais modalidades e recursos não satisfizeram. Caso contrário, ocorre uma sobreposição de informações que desintegra a narrativa tornando-a redundante e menos interessante" (CANAVILHAS & BACCIN, 2015, p. 22).

Baccin (2017, p. 133) explica que as reportagens nos meios digitais são elaboradas em camadas informativas, tornando possível uma multidimensionalidade que amplia as informações. "Porque as camadas ocultas representam as outras dimensões, as informações que não podemos ver num primeiro momento, mas que estão disponíveis por meio dos links". Os recursos do jornalismo visual estão sempre presentes nessas camadas com diferentes funções, que podem ser informativas, como um gráfico explicativo, ou apelar para as emoções com um vídeo.

Jacobson et al. (2016) considera as reportagens de longo formato como uma nova onda de jornalismo literário nos Estados Unidos. Ao analisarem 50 pacotes de grandes reportagens americanas publicadas entre agosto de 2012 e dezembro de 2013, os pesquisadores encontraram produções influenciadas por características de jornalismo literário. No Brasil, essa modalidade foi influenciada pela literatura brasileira, sobretudo a crônica, e, nas décadas de 1960 e 1970, pelo chamado *New Journalism*, movimento americano de produção de reportagens longas e mais subjetivas (WOLFE, 2005). É um estilo que inclui a vivência do repórter, em primeira pessoa ou com descrição detalhada.

Para Wolfe (2005, p. 32), esse tipo de reportagem é uma reação à padronização da imprensa nos Estados Unidos que vinha ocorrendo desde a década de 1920. "Os leitores choravam de tédio sem entender por quê. Quando chegavam àquele tom de bege pálido, isso inconscientemente os alertava de que ali estava de novo aquele chato, bem conhecido, 'o jornalista.'" No século XXI, um leitor pode chorar de tédio em uma reportagem muito extensa para ler no ecrã do celular. Ela pode parecer interminável, mesmo que de ótima qualidade. A maneira como o público consome informação digital apela por narrativas dinâmicas, imersivas e com elementos variados para absorver a atenção dos leitores, assim como o texto o fizera no auge do *New Journalism,* nas revistas americanas já citadas, *Esquire* e *New Yorker* e, no Brasil, na revista *Realidade* (1966-1976).

Essa dinamicidade da narrativa em meio digital consolida o papel dos recursos visuais em reportagens multimídia como basilar. Jacobson et al. (2016, p. 540) observou que as narrativas digitais são mais do que blocos hipertextuais fragmentados. "Eles promovem o entendimento do campo sobre o potencial da web para o jornalismo dramático e imersivo"[51]. O trabalho faz uma conexão com os elementos do jornalismo literário, demonstrando que assistimos a partir de 2012 a uma espécie de animação da narrativa. Os pesquisadores definiram quatro características do jornalismo literário a serem observadas em reportagens de longo formato, baseados na conceituação de Tom Wolfe (2005): cena, diálogo, caracterização e tensão dramática. Na análise, buscaram entender como esses elementos eram introduzidos na narrativa. Concluíram que "os jornalistas usaram técnicas literárias em quase todos os pacotes neste estudo que foram renderizados não apenas em palavras, mas através de multimídia"[52] (JACOBSON et al, 2016, p. 539).

Nas produções brasileiras, um movimento semelhante é observado. No especial "Cerco ao isolados", publicado pelo *O Estado de S. Paulo*, em 29/04/2017 (figura 81), pequenos filmes são introduzidos na narrativa com linguagem televisiva, mostrando as dificuldades do ambiente (figura 82) para a população que precisa ir em busca de um médico. Em uma das cenas, o repórter entra na água para mostrar uma estrutura feita por caçadores que invadem terras de indígenas isolados. O fato de o repórter demonstrar as agruras para reportar dramatiza e coloca o leitor no espaço da cena.

As camadas lembradas por Baccin (2017) operam nessa grande reportagem multimídia, pois cada página apresenta novos links. Na figura 83, a organização das fotografias em galerias é uma camada independente da página do texto da reportagem e, como um infográfico, compõe uma unidade informativa com as suas próprias regras de organização, assim como o vídeo, no caso linear. Cada link amplia a informação e privilegia o jornalismo visual para contextualizar, ilustrar e emocionar.

Diante de tantas opções narrativas, os pesquisadores de jornalismo digital percebem uma necessidade de fazer o leitor entrar na história. – o que chamam de jornalismo imersivo. O conceito de imersão pode atingir experiências muito variadas. A própria acepção da palavra se adequa a diferentes significados. O ato de imergir pode ser entendido como afundar algo em um líquido, mergulhar, adentrar, submergir, penetrar, esconder ou mesmo ficar absorvido por algo. Este último pode figurar como o sentido mais próximo da experiência com a reportagem.

---

[51] Tradução livre.
[52] Tradução livre.

É um elemento importante de ser percebido na análise aqui pretensa, pois o jornalismo imersivo é visual.

Figura 81 – capa e detalhe do especial “Cerco aos isolados”,
O Estado de S. Paulo (29/04/2017)

Fonte: http://infograficos.estadao.com.br/especiais/
cerco-aos-isolados/na-trilha-dos-cartuchos.php. Acesso em 17/10/2017.

Figura 82 – vídeo com indícios de invasões na terra indígena

Fonte: http://infograficos.estadao.com.br/especiais/cerco-aos-isolados/na-trilha-dos-cartuchos.php. Acesso em 17/10/2017.

Figura 83 – galeria de fotos incorporada à narrativa em “Cerco aos isolados”, *O Estado de S. Paulo* (29/04/2017)

Fonte: https://infograficos.estadao.com.br/especiais/cerco-aos-isolados/a-saga-pelos-rios-em-busca-de-socorro.php. Acesso em 17/10/2017.

O termo parece impreciso quando o consideramos possível apenas em ambiente digital. Salaverría (2016)[53] pondera que, "antes que chegassem todas as tecnologias atuais, tínhamos exemplos de textos em que você consegue arrastar o leitor para dentro de uma história. Para mim, isso é imersivo de verdade". No entanto, o termo é consolidado na bibliografia do jornalismo digital. La Peña (2010) considera o jornalismo imersivo um tipo de produção jornalística que tenta reviver o acontecimento, colocando o leitor dentro da história e buscando desenvolver uma narrativa visual de experiência em primeira pessoa. "As pesquisas que se colocam atualmente e que tentam abarcar este conceito buscam explicar de que maneira os novos formatos jornalísticos contribuem para uma maior experiência e sensações no consumo de notícias" (COSTA, 2019, p. 68). A palavra sensação é oportuna, porque demonstra como a imersão trabalha campos sensoriais para criar um efeito de real, ou seja, o visual é complementado com o movimento e o som.

A intensidade da atenção que o leitor/espectador da notícia está disposto a gastar com a história determina os graus de imersão. Baccin, Sousa e Brenol[54] (2016) dividiram em quatro níveis evolutivos os graus de imersão em narrativas digitais: 1) interesse – depende de esforço, tempo e atenção do usuário; 2) emoção – engajamento e envolvimento emocional do leitor; 3) mergulho – sensação de presença, lugar imaterial, envolvimento de tempo, atenção e emoções; 4) ação – o usuário totalmente imerso interage e modifica a narrativa. Nesta análise, consideram-se os elementos que podem levar o leitor a uma imersão visual, que será analisada, portanto, como uma característica da multimidialidade na grande reportagem. Um deles são as fotos em 360º, que podem dar a impressão ao leitor de estar na cena. Na figura 84, um exemplo do jornal *Estado de Minas*, a reportagem "Brumadinho em 360º: os rastros do crime da Vale".

Essa busca por experiências diferenciadas para o leitor leva os jornais a incentivar novos formatos. Dos infográficos aos vídeos, há recursos para proporcionar experiências próximas do entretenimento. Técnicas de cinema e dos *games* fazem parte da produção dos jornais e das grandes reportagens. Em depoimento para esta tese, o diretor de arte Chico Amaral considera que fazer bons roteiros é uma habilidade importante para o jornalista no cenário contemporâneo. "Esse é o elemento mais carente nas redações. O roteiro não é simples e o jornalista não é um

---

[53] Informação verbal. Ramón Salaverría, professor e pesquisador na Universidade de Navarra, Pamplona, Espanha, entrevista concedida aos pesquisadores Raquel Ritter Longhi e Alexandre Lenzi, em 3 novembro de 2016. Ver *Práticas ciberjornalísticas em Realidade Virtual: inovação e impacto nos processos de produção*. Disponível em http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view /26828. Acesso em 20/10/2019.

[54] As autoras se basearam nos estudos de imersão de Brown & Cairns (2004) e Ryan (2004).

cara de roteiro. É muito curioso isso. Não é porque não é mesmo, não é obrigado a ser. Mas é habilidade nova, habilidade que tem que ter presente na redação".

Figura 84 – vídeo imersivo em 360º, *Estado de Minas* (01/02/2019)

Fonte: *Estado de Minas* (www.em.com.br).

O mesmo movimento ocorreu no passado, quando as revistas ilustradas chegaram ao ápice de seu consumo. Diretores de arte levaram a narrativa visual no leiaute impresso a outro patamar, utilizando cortes que imprimiam movimento e ritmo na montagem. Uma geração que foi marcada pela indústria do cinema. No exemplo do capítulo 2, "Enfrentando os Chavantes", da revista *O Cruzeiro*, o leiaute funciona como um *road movie* documentando a "aventura". Depois, em *Realidade*, essa montagem vai ser mais sucinta em imagens e mais dotada de enlaces, seja com cores, legendas ou efeitos, como veremos, no capítulo 7, em "Eu fui à guerra" e "Vida difícil". Para a cultura visual dessas épocas, o arranjo gráfico na página dupla era uma experiência de imersão sofisticada, demonstrando que esse fenômeno sempre ocorreu e está em constante transformação, dialogando com os hábitos de leitura de sua contemporaneidade.

Ao final da segunda década do século XXI, a imprensa brasileira anterior aos meios digitais, de um modo geral, está trabalhando em redesigns com o foco na virada dos leitores para o celular. Baseados em métricas de audiência que realizam um escrutínio do comportamento do espectador na página, buscam mapear o poder de engajamento dos temas.

Fabio Sales, designer de *O Estado de S. Paulo*, sempre desenvolveu seu trabalho com foco no impresso, sendo toda a rotina da redação balizada pelo tempo de fechamento. A mudança nessa lógica, colocando o impresso em um plano secundário, é uma ordem que só começou a ser alterada nesse jornal. Após a reforma anunciada em 1º de setembro de 2019, Fabio Sales conta que a consultoria de Mario Táscon ajudaria a redação a mudar esse fluxo. "Noventa por cento da nossa energia é pra fazer o impresso e 10% é pra fazer o digital. Durante a produção do impresso também faz um pouquinho do digital, mas a gente produz pro impresso, pra depois enfiar no digital." Sales chama atenção para o falecimento de um modelo de negócios e as dificuldades no processo de produção. "Se a empresa quiser continuar mantendo o tamanho que tem, precisa continuar a crescer e mudar o seu modelo de negócios para ser um modelo de negócios com enfoque digital. Para isso, como é que eu mudo a roda da bicicleta com a bicicleta andando?". A mudança no suporte de leitura é uma realidade e a energia criativa e produtiva se dirige ao digital. Tanto que o diretor confidencia ter ouvido de outros designers que "o impresso não importa mais".

As ferramentas de audiência disponíveis podem ajudar na tomada de decisões sobre a forma. "É possível traquear todo o comportamento que o usuário tem na página, se uma determinada interrupção de um elemento visual faz o leitor sair daquele assunto e ir embora da página ou seguir em frente". Em uma reportagem longa, esse "traqueamento" ajuda a entender como trabalhar o formato. O desempenho das grandes reportagens, conforme Sales, é valorizado pelo tempo de engajamento do leitor. "Algumas reportagens *longform* (...) têm, em

média de tempo de página, coisa de 10 vezes mais de um tempo de página que o leitor leva numa página comum do *Estadão*." As observações ajudam a entender o que agrada o leitor. "Tem interesse por aquele conteúdo, tá lendo, tá se aprofundando, entrando parágrafo a parágrafo. Existem reportagens que não conseguem o mesmo resultado. É uma questão de experimentação e de moldar a experiência do leitor conforme vai evoluindo."

Dentre as mudanças, o foco no que chamam de "experiência do leitor" incentiva os profissionais do jornalismo visual a se engajarem na construção de narrativas. Após a participação no Malofiej 2019, importante congresso de design para jornais realizado na Espanha, Sales se convenceu de que o jornalismo visual precisa desenvolver conteúdos próprios. Essa é a realidade de redações como a do *New York Times*. "Essas equipes de arte, hoje, elas são responsáveis por produzir o próprio conteúdo. Ou seja, o que há de melhor em termos visuais e todas as experiências mais visuais que a redação já produziu, elas saem dessas equipes." Para Sales, isso não prescinde do jornalista: "A gente esquece totalmente o jornalista? Não. Existe também designers que estão apoiando jornalistas a produzir o conteúdo. Mas o que é de mais inovador e de mais disruptivo é totalmente idealizado, produzido e finalizado dentro de uma editoria de arte." E, conforme mencionado, há os jornalistas que seguem essa área.

Rodrigo Menegat[55], jornalista da editoria de Arte do *O Estado de S. Paulo,* conseguiu ingressar em jornais de grande porte justamente pela especialização em jornalismo de dados e visual, um diferencial de seu portfólio. "A editoria de arte operava sem ter um jornalista. Agora nós temos mais dois que trabalham com jornalismo". Menegat refere-se a um estagiário e uma profissional contratada para o desenvolvimento *front-end*, e também repórter. Em sua opinião, "tem muita gente de áreas correlatas – design, artes visuais – que acaba fazendo mais jornalismo, apesar da formação, do que gente fazendo o caminho contrário. O jornalista migrando pra arte é um negócio mais raro". O ambiente da redação levaria os profissionais, por influência, a produzirem reportagens. "Acabam, por inércia, por osmose ou por influência, produzindo reportagem. Acho que a gente está relativamente bem servido de pessoas que trabalham com técnicas quantitativas, mas a formação do jornalista visual ainda é um pouco precária".

Chico Amaral fala em uma deficiência nas redações de profissionais para compor histórias atrativas. "É muito difícil encontrar um veículo que tenha regularmente uma narrativa

---

[55] Entrevista concedida à autora em 17/09/2019, no Modernista Coffe Stories, em São Paulo (SP). Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte.

visual digital interessante." A observação não inclui a questão tecnológica, mas o raciocínio. "Ter uma cultura de colocar as palavras uma atrás da outra de forma correta. Saber onde colocar a foto, onde inserir o gráfico. Muito difícil. E é o que é mais gostoso." Esse conhecimento de edição visual na página impressa chegou à maturidade no final nos anos 1990, mas no digital a linguagem, na última década, passou pelo processo de experimentação. Sales reitera a mudança nas formas de leitura: "O digital era uma pessoa sentada vendo no computador e hoje é rolando o dedo em uma tela muito menor. Essa experiência é totalmente diferente de uma tela enorme, que tem espaço pra dispor informação de uma tela pequenininha, que tem que empilhar".

A hegemonia de uma diagramação linear se consolida com a leitura *mobile,* trazendo desafios para a composição da página digital. "A narrativa do *mobile*, não tem jeito, ela tem que ser linear. É uma narrativa que todo ruído e todo obstáculo que puder deixar de ter com o leitor, é fundamental. Ou seja, *scrollar* é a melhor função que você pode dar ao leitor", conforme Fabio Sales. Mas, na sua visão, esse conhecimento ainda precisa ser introjetado. "Às vezes vem jornalista que tá começando com o digital: 'Não tem como fazer um mapa que o cara clica e vai saindo a informação?' A primeira coisa que eu digo é: 'O mundo não é mais de clicar, o mundo de clicar é dos anos [19]90, o mundo hoje é de rolar." Uma construção de saberes que muda a cultura da produção de notícias e reportagens em veículos de tradição impressa. "Nunca imaginei que tivesse que construir *skills* de vídeo, sei mexer um pouquinho porque tenho feito coisas digitais, mas tenho que melhorar muito pra ser um jornalista visual, um designer-jornalista. No mundo digital, vídeo é uma coisa extremamente importante", acredita Sales.

No jornal *Estado de Minas*, os editores de conteúdo multimídia constroem narrativas visuais em busca de criar virais e experiências diferenciadas para a leitura. Já trabalharam, por exemplo, em um projeto de realidade aumentada com decodificação QR Code na reportagem "Bondes em BH: tecnologia resgata histórias de transporte que abandonam". O leitor aponta o celular e vê na tela o antigo bonde da cidade de Belo Horizonte reproduzido em animação[56]. O projeto é multiplataforma e conta com reportagem extensa, perfis, mapas e galerias de fotos. Utiliza o *template* básico do site do jornal, sem marcações como reportagem especial. Formado em Jornalismo e dedicado à produção de vídeo em grandes reportagens multimídia publicadas nesse jornal, Fred Bottrel[57] entende o visual como uma competência fundamental do jornalista.

---

[56] Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2019/08/04/interna_gerais,1074582/bondes-em-bh-tecnologia-resgata-historias-do-transporte-que-abandonam.shtml

[57] Entrevista concedida à autora em 30/09/2019, na sede do jornal *Estado de Minas*, em Belo Horizonte (MG). Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte.

Bottrel participa de um processo que envolve jornais do Brasil, em busca de caminhos para sobrevivência. "Os *Local News Accelarator* se reúnem em São Paulo, 10 regionais brasileiros, pra fazer um redesenho de modelo de negócios com foco em receita do consumidor. O visual é metade do processo." Para o jornalista Rafael Souza[58], editor que opera na edição dos materiais multimídia no mesmo jornal, os projetos especiais passam por uma pré-produção detalhada. "Pra você conseguir convencer: 'Olha, esse projeto vale a pena, nós podemos investir nisso, o resultado é mais ou menos esse'. E várias vezes desenhando, né? O Fred tá cansado de fazer *storyboard*, tipo assim: 'Ó, esse quadro aqui é isso, esse quadro é isso'".

Para esses profissionais acostumados a uma narrativa multimídia, o desafio e a vontade de elaborar narrativas inovadoras é instigante. Em todo o processo de investigação sobre o jornalismo visual das redações visitadas percebe-se um momento em que aprender faz parte do processo. Não se faz mais apenas o que se sabe, uma habilidade importante é querer inovar, aceitar desafios. Bottrel conta que os vídeos imersivos de 360º foram testados no Carnaval de 2018, em uma parceria com a *Samsung,* com transmissões direto da cabine do motorista de trio elétrico. O trabalho foi diário e mais complexo do que os editores imaginavam, mas eles conseguiram aprender. Quando ocorreu a tragédia de Brumadinho, em 2019, a equipe já sabia que uma narrativa em 360º daria a dimensão do tamanho da destruição que o rompimento da barragem promoveu. "Mostrando esse negócio em um formato que ninguém consegue mostrar. Porque é este formato que significa. Não é uma fetichização da tecnologia. É um uso que é pensado, porque a gente pode experimentar antes", comenta Bottrel.

Na visualização de dados, o jornalismo visual encontra um campo amplo de atuação. Menegat se intitula, em seu portfólio, como jornalista de dados/visual. Embora tenha mais identificação com o jornalismo visual, o jornalismo de dados faz parte da matéria-prima em muitos projetos. "Fazem muita análise de dados que vira um texto, vira uma reportagem, onde o elemento visual, a visualização gráfica, ela não é tão central pra reportagem quanto é pra gente que é da Infografia". Ou seja, o jornalismo de dados pode existir sem o visual. O jornalista procura a pauta nos dados e o editor de visual desenvolve formas narrativas para expor essas informações. No jornalismo de dados "o que importa é o *lead*, a notícia que encontrou. Claro que isso é importante, mas a gente se preocupa, além disso, com narrativas explicativas, didáticas, imersivas... e tem uma pegada de colocar o processo visual no centro da experiência do leitor", explica Menegat.

---

[58] Entrevista concedida à autora em 30/09/2019, na sede do jornal *Estado de Minas*, em Belo Horizonte (MG). Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte.

Um caso para reflexão sobre essa virada é "Expedição Antártida"[59], material publicado no site do jornal *O Estado de S. Paulo* como uma grande reportagem em estilo de diário de bordo, em 11 capítulos, pela repórter Luciana Garbin e o fotógrafo Clayton de Souza. Posteriomente, foram produzidas três páginas para o impresso, resumindo a história, porém o material é identificado como conteúdo extra da edição digital. Ou seja, só foi publicado na edição para folhear on-line (figura 85). Todo o conteúdo de apuração da reportagem deu origem a um especial de narrativa visual com elementos imersivos, que levam o leitor a se sentir mergulhado na história, a partir de um percurso de textos, imagens, animações e infográficos. O formato é uma espécie de *slideshow* animado em que o texto é o fio condutor de uma narrativa rica em informação imagética e de eficiente visualização em celular (figura 86). As fotos foram animadas com um efeito de *zoom* em câmera lenta, buscando uma imagem de visão subjetiva que observa a cena. Em certos trechos da narrativa, pequenos vídeos da experiência da repórter entram como depoimento, conferindo realismo às cenas. O texto é didático e investe na grandiosidade das cenas. Com uso de infografia animada, mostram-se as instalações da base brasileira na Antártida. A cada passagem de uma página para outra, uma nova imagem sempre é norteada por um texto narrativo. O formato é exuberante, mas tende a ser cansativo e de difícil compreensão devido ao volume de informações, pois não há um menu de navegação e a narrativa é linear e impositiva do percurso para frente ou para trás. O leitor não tem ideia do quanto terá que folhear para chegar ao final da reportagem.

Temos, aqui, portanto, um exemplo de grande reportagem utilizada em vários formatos, apresentando uma série de competências visuais necessárias à sua produção e que foi publicada no site regularmente durante a expedição. O diário incluía infografias e as fotos, que depois foram usadas na concepção desse material de preponderante narrativa visual. No site o material não havia recebido uma plataforma exclusiva, a equipe decidiu criar um novo formato a partir dos 40 gigabytes de apuração que os repórteres trouxeram da viagem de sete dias. "Trabalhei três dias em casa pra não me distrair, e ver tudo, todas as fotos e ler tudo e remontar. (...) A gente teve uma grande preocupação, não de montar a linguagem dela, mas de repensar toda a narrativa. Esse é um exemplo legal de *longform* pro on-line", conta Rodrigo Menegat, responsável pelo roteiro visual. Nesse projeto, a ideia era também publicar no impresso, em um caderno de três páginas, mas, segundo relato de Fabio Sales, sem anunciantes, a divulgação do

---

[59]Disponível em: https://arte.estadao.com.br/sustentabilidade/antartida/comandante-ferraz/expedicao/ Acesso em 11 nov. 2019.

conteúdo só ocorreu no PDF on-line. O que não chega a ser um problema em uma redação que vivencia uma virada de foco para o digital. Menegat foi categórico quanto às prioridades da atualidade: “O impresso é a nossa última preocupação, sabe? Se não sair no impresso, não tem problema”

Figura 85 – leiaute de “Expedição Antártida”, publicado na versão digital do jornal *O Estado de S. Paulo* (24/03/2019)

CONTEÚDO EXTRA: ESTADÃO JORNAL DIGITAL

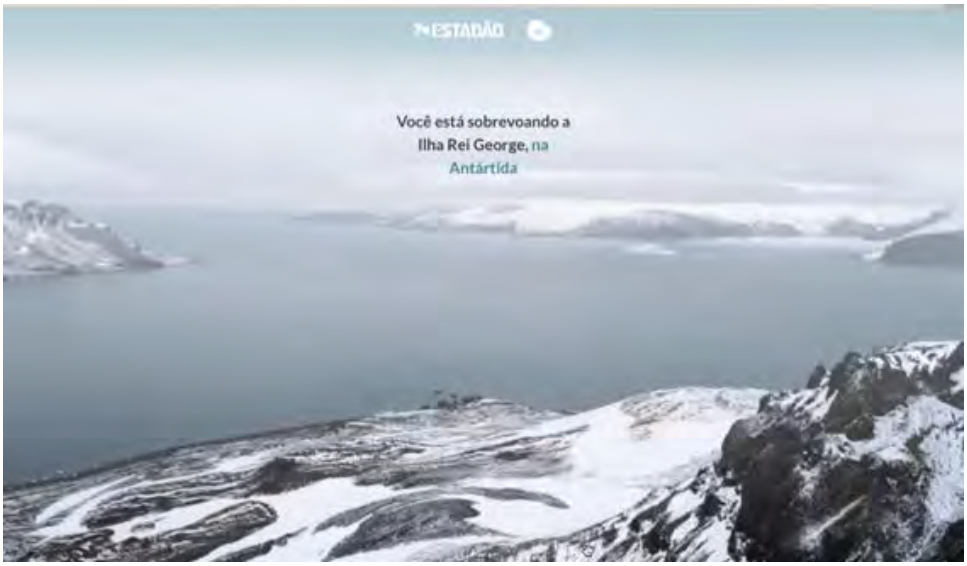
EXPEDIÇÃO ANTÁRTIDA

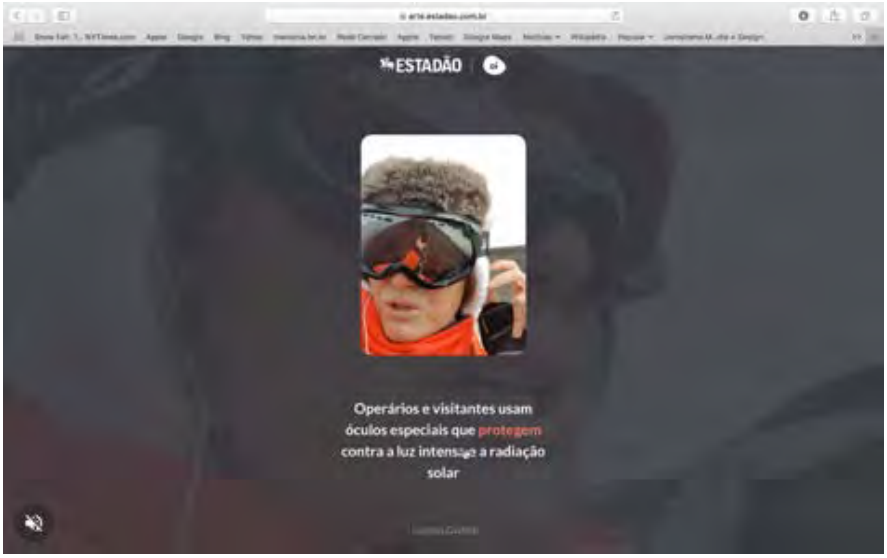
Doze dias no extremo sul do planeta

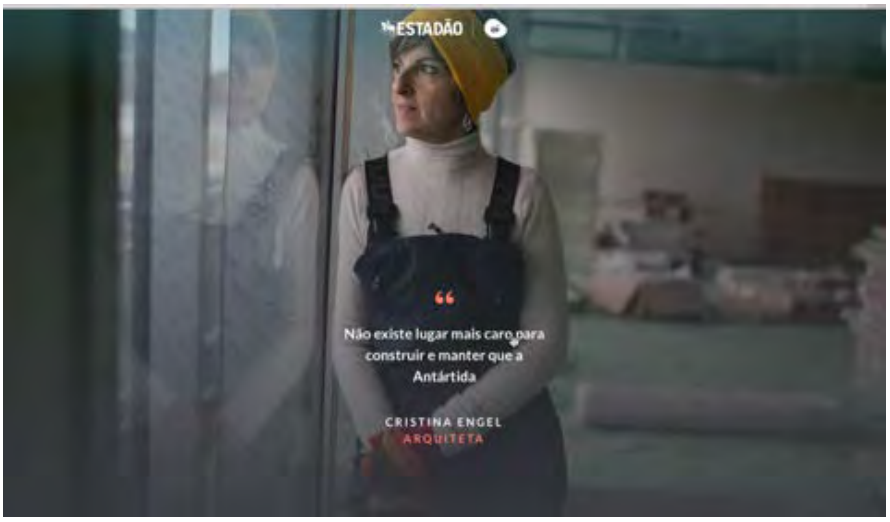
Ilha Rei George. Praia na Baía do Almirantado, que abriga a nova base brasileira

Inóspita. Inexplorada. Impressionante. Com 13,6 milhões de km², o equivalente a 8% do planeta, a Antártida tem grandes reservas de água, petróleo e outros recursos minerais e influência direta sobre o Brasil. O que acontece por lá acaba se refletindo, por exemplo, no clima daqui. Mas o chamado continente gelado ainda é pouco conhecido fora dos círculos militar e acadêmico. O Estado viajou para a Península Antártica no mês passado para conhecer em primeira mão a nova Estação Antártica Comandante Ferraz, que custou US$ 99,6 milhões e substituirá a base destruída por um incêndio em 2012. Mas acabou encontrando muito mais do que informações sobre a construção futurista pré-montada na China e levada de navio até o sul do planeta. Cada dia na Antártida é uma riqueza de histórias, imagens e detalhes. Neste especial estão alguns deles.

Figura 86 – imagens da reportagem em *slideshow*, *O Estado de S. Paulo* (24/03/2019)







Fonte: https://arte.estadao.com.br/sustentabilidade/antartida/comandante-ferraz/expedicao/
Acesso em 11/11/2019.

O visual como elemento narrativo foi se aperfeiçoando e se incorporando ao processo de edição. O jornalista, que encerrava seu trabalho no texto, passou gradativamente a orquestrar uma série de recursos que vêm evoluindo desde o livro. Em busca de elementos fundamentais para entender as transformações, analisar e praticar o jornalismo visual, alguns padrões principais do visual da grande reportagem foram reconhecidos nesta pesquisa e deram subsídio para a construção de uma matriz metodológica com o propósito de analisar o planejamento visual de grandes reportagens contemporâneas, compreendendo funções e necessidades editoriais atuais. O próximo capítulo aponta elementos fundamentais do jornalismo visual nas narrativas dos impressos e de construções digitais que vimos até agora, apresentando categorias fundamentais a serem observadas e a matriz metodológica de análise para grandes reportagens contemporâneas.

7. MODOS DE CONTAR NO JORNALISMO VISUAL

7.1 HISTÓRIAS PARA VER: NARRATIVAS VISUAIS NA IMPRENSA

Vimos, até agora, as muitas formas de expressão visual, assim como as de contar histórias, que, quando juntas, se complementam – uma relação de duas linguagens diferentes e interligadas. No jornalismo, a materialização da edição se dá pela interação visual com o leitor em todos os formatos jornalísticos, com a exceção do rádio. O editor organiza, elege os focos da pauta e dá o aval final para o que é exibido pelos veículos – essas escolhas são os ingredientes das narrativas visuais, compostas de textos, imagens e formas. O jornalista deve procurar se expressar com recursos visuais, o que ajuda a comunicar o tom da narrativa escrita.

A criação da narrativa visual é o espaço coletivo por excelência na confecção da reportagem, área na qual designers, editores, repórteres, fotógrafos e programadores precisam ter os ponteiros ajustados para contar a história. Na confecção do espaço de interação com o leitor, o trabalho segue necessariamente em uma constante troca. No texto também há uma construção coletiva, porque discutem-se a pauta, as fontes e as escolhas finais, embora o processo seja centralizado no editor e no repórter.

Refletir sobre a narrativa visual no ato de reportar leva à construção de relações entre linguagens e profissionais com funções distintas e complementares. Já abordamos as três dimensões fundamentais para entender o jornalismo visual: o campo jornalístico, a imagem e o design. Esses dois últimos elementos podem ter diferentes gradações de importância, dependendo do projeto visual. Neste capítulo, busca-se distinguir padrões narrativos pelos quais podemos reconhecer o jornalismo visual, compreendendo as funções e necessidades editoriais. Na construção de narrativas, o jornalismo organiza seu discurso em passos bem marcados por padrões formais de edição. Nas grandes reportagens analisadas aqui, a pesquisa aponta para um espaço no qual o exercício criativo é um padrão formal. O fazer visual de grandes reportagens valoriza o labor das equipes, movimentando o campo da expressão visual jornalística.

Mas por que chamar essa prática de narrativa visual? É um termo utilizado em diferentes contextos e cabe perfeitamente a este estudo pela interação verbo-visual que emana. Por isso, os conceitos na teoria da narrativa fotográfica e também de livros ilustrados ajudam a identificar padrões narrativos visuais do jornalismo. Para Freeman (2014, p. 12), as reportagens fotográficas partem de uma base para criar narrativas visuais, usando uma fórmula para manter a atenção. “(...) tão logo você adicione interesse humano, desenvolvimento de personagens, conflitos e resoluções baseadas em caracterizações, o formulaico imediatamente renova-se e

vai ser único". Portanto, essa fórmula é de natureza criativa. O sequenciamento e a necessidade de criar um roteiro e de trazer informações verídicas e coerentes entre si dotam a reportagem de características narrativas. No caso das grandes reportagens, consideram-se todas como narrativas, cabendo ao pesquisador perceber as características do percurso visual em relação à história, às intenções criativas e ao cumprimento da função jornalística associada ao momento da circulação. Outro ponto fundamental para entender o jornalismo visual são as exigências da edição jornalística, que seguem as regras de seu próprio campo e de sua época.

Como a construção do jornalismo visual é herdada do livro e da cultura impressa em geral, as formas de organização espacial e temporal assemelham-se nos modos de construção narrativa. Em um olhar atento às reflexões sobre o livro ilustrado, por exemplo, são perceptíveis estratégias narrativas de composição e de construção da imagem amplamente utilizadas no jornalismo visual. No momento em que se configurou a possibilidade de reprodução de imagens, o termo *ilustrado* passou a ser também sinônimo de jornalismo nas revistas e jornais ilustrados, conforme vimos. Os ilustradores da época eram jornalistas visuais, assim como os fotojornalistas e os designers passariam a ser considerados. Todos galgaram *status* incorporando suas técnicas de produção visual ao ato de reportar, sendo recíproca a troca entre as áreas na construção da cultura do jornalismo visual.

Em *Para ler o livro ilustrado* (2011), Sophie Van der Linden faz uma radiografia de trabalhos contemporâneos, apresentando códigos formais, expressivos e narrativos desse formato. O suporte principal de análise é a página dupla, o ato de ler folheando, de aplicar um ritmo pela interação do leitor com o objeto livro. O jornalismo é herdeiro direto do modo de leitura do livro e as reportagens longas sempre foram editadas para uma narração visual página a página, que amplia o seu espaço na página dupla, como vimos em *Realidade*. Com a leitura mais concentrada nas telas dos celulares, a organização linear é preponderante no século XXI. Mas, na maior parte da história do jornalismo, a página dupla foi a rainha absoluta, principalmente para a grande reportagem.

Freeman (2014, p. 12) construiu gráficos para entender os fluxos narrativos e chegou ao padrão básico para a reportagem fotográfica. "A maioria das tramas começa pela introdução dos personagens, os temas e a situação; essa é a exposição. Ela então se desenvolve de diversas maneiras, ficando mais complexa e crescendo, finalmente atingindo o clímax." Essa seria o que aqui se considera uma fotorreportagem clássica, ainda presente na atualidade, principalmente nas galerias de fotos. Freeman (2014, p. 22) chama de 3 + 1 a fórmula para uma boa narrativa. "O 'três' são abertura, corpo e encerramento; e o um é o clímax, traduzindo para a fotografia, é a foto principal, a fotografia-chave – a imagem de maior impacto no conjunto."

O Cruzeiro era um grande álbum com seu próprio ritmo. Nas reportagens das décadas de 1940 e 1950, a narrativa visual imitava a fórmula da *Life* norte-americana, assim como vimos em "*Country doctor*". Porém, no Brasil, o planejamento das fotografias foi mínimo, ocorrendo no labor da viagem. A narrativa segue uma roteirização clara e cronológica, assim como as reportagens da década de 1940, em uma estética próxima ao *storyboard* do cinema e do sequenciamento dos quadrinhos. Na primeira reportagem premiada pelo Esso, "Uma tragédia brasileira – os paus de arara" (figura 87), de 1955, as formas de organização demonstram o esforço da edição em atender ao leitor da época com uma experiência de leitura visual baseada nessa fórmula. A foto de **abertura** se relaciona com a abordagem principal do texto, que constrói a narrativa com enfoque na falta de espaço e conforto para fazer a viagem. Não é por pura estética que a foto "sangra", ajudando a criar o imaginário da dificuldade da viagem, ao mesmo tempo em que apresenta os personagens. A fotografia que complementa o conjunto foca na luta também individual e árdua de uma idosa.

No segundo conjunto de imagens no **corpo** da narrativa, a organização é cronológica e desenvolve o percurso da viagem. Narrativas paralelas aparecem em conjuntos de fotos dispostas com o mesmo tamanho, como na sequência sobre os acidentes no topo da página; já a imagem que fecha a condição dos personagens chama a atenção para uma história individual. A presença da criança diante do desamparo leva ao **clímax** da fotorreportagem. A imagem retrata vítimas de um caminhão quebrado. Depois, a narrativa entra no corpo e explora muitas fotografias e legendas para apresentar as condições de pobreza das pessoas dos municípios do caminho. A reportagem caminha então para o **fechamento**, com uma imagem dramática do enterro de uma criança.

Os repórteres fizeram a viagem do mesmo modo que os "araras", termo utilizado no texto para designar os retirantes, o povo que migrava do nordeste para o sudeste do Brasil fugindo da seca, por isso o tom de roteiro de viagem. A integração de texto e imagem se dá em **níveis diferentes**: a edição visual busca uma história própria ao mesmo tempo em que dialoga com o corpo do texto da reportagem. O acesso às informações pode se dar das seguintes formas: apenas pelas imagens; pelas imagens mais a leitura dos elementos de edição (títulos, fios, legendas, intertítulos); pela leitura de todos esses elementos ou parte deles combinados; ou com a leitura completa do corpo da reportagem.

Figura 87 – leiautes de “Uma tragédia brasileira – os paus de arara”, *O Cruzeiro* (22/10/1955)

Fonte: Biblioteca Nacional (www.bn.gov.br).

Percebe-se, portanto, nesse exemplo, a fórmula descrita por Freeman para leiautes de reportagens fotográficas. Na época de sua publicação, a relação com a imagem se dava no nível da fotografia-documento. O uso de muitas imagens é uma marca daquele período, em que as revistas eram semelhantes a álbuns. A edição preocupava-se com diferentes níveis de leitura na mistura de linguagens, até porque as revistas ilustradas eram também consumidas por analfabetos. Com a necessidade de as narrativas visuais estarem condensadas em páginas sequenciais, parte do texto acabava sendo espalhado ao longo da revista, sem uma continuidade. Vale lembrar que toda a diagramação era realizada manualmente.

Esse estilo de narrativa visual baseada em **abertura**, **corpo**, **clímax** e **fechamento** foi popularizado pelas revistas ilustradas e continua sendo utilizado como roteiro básico no jornalismo visual, acrescido de novos elementos de design editorial que fragmentam a narrativa e não seguem necessariamente essa ordem, além de uma mudança de suporte, que abarca todo tipo de linguagem. Freeman (2014, p. 74) lembra a importância de construir o foco na reportagem fotográfica. "Existe algum aspecto central com relação a essa pessoa que se destaca de todos os outros e que deveria ser o núcleo da narrativa? Se positivo, concentre-se nisso e sempre que possível relacione suas fotos a esse aspecto". A busca pelo foco é uma característica que deve fazer parte do jornalismo visual como um todo. Em "Os paus de arara", as imagens e o encadeamento remetem ao olhar do viajante com uma atmosfera de certo distanciamento de quem vê pela janela, embora os repórteres tivessem viajado junto aos "araras". Nessa época, os infográficos estatísticos ainda não haviam se popularizado e no corpo do texto são apresentados dados matemáticos que hoje certamente não fariam parte da narrativa textual.

Linden (2011, p. 44) observa em livros ilustrados o *status* das imagens e denomina como sequenciais aquelas em que "(...) cada quadrinho está muito ligado àqueles que os cercam. Assim, as **imagens sequenciais** são articuladas icônica e semanticamente". Nas grandes reportagens, o material de fotografia costuma ser vasto e acompanha a ação do repórter, favorecendo esse tipo de arranjo. Linden aborda outros tipos de uso das imagens nos livros ilustrados que aqui são considerados também apropriados para a reportagem. O conceito de **imagem isolada** designa imagens emolduradas apenas por texto, sem associação a outros recursos visuais. Já as **imagens associadas** são um meio termo entre imagens isoladas e sequencias, pois carregam autonomia ao mesmo tempo que fazem parte da narrativa. "As associadas são ligadas no mínimo por uma continuidade plástica ou semântica. Elas podem apresentar uma coerência interna (composição plástica, unidade narrativa...) que as torna independentes das imagens que as cercam." (LINDEN, 2011, p. 45). Todas essas modalidades podem existir também em reportagens. O livro e o desenho são, portanto, raízes fundamentais

do jornalismo visual. Linden explica que uma boa montagem com textos e imagens intercala esses três *status*.

A revista *Realidade* apresentava esquemas com imagens isoladas, sequenciais e associadas em longas narrativas. Um exemplo é "Eu fui à guerra" (figura 88), de José Hamilton Ribeiro, ferido durante a produção dessa reportagem na Guerra do Vietnã, em 1968. O leiaute segue um esquema simples, com grande volume de texto corrido, escrito de maneira cronológica e ilustrado com poucas imagens. A abertura opta por não usar imagens para investir no clímax logo na segunda página. A fotografia já revelada na capa é repetida em página dupla, provocando grande impacto, no estilo conhecido como foto-choque[60]. São poucas as imagens escolhidas, porém são utilizadas em tamanho grande. Nas 12 páginas da reportagem, são cinco as compostas com imagens. Nas restantes, a monotonia é quebrada pela edição de títulos, fios e janelas, destacando momentos céleres da narrativa.

Figura 88 – leiaute de "Eu fui à guerra", *Realidade* (1968, nº 26)

[60] A foto-choque foi conceituada por Margarida Ledo como "a imagem que suspende a linguagem e bloqueia significado, a imagem que, do ponto de vista antropológico, nos leva às leis da proximidade psico-afetiva, em relação à ideia de morte e como crença determinista de submissão as forças da natureza" (ANDIÓN, 1998. p. 99-100).

EU ESTIVE NA GUERRA

O fotógrafo, chorando, disse: "José, como foi acontecer isto?"


Quando o padre chegou,
voltou a idéia
terrível: vou morrer

Fonte: Acervo pessoal

O modo de utilização de **imagens associadas** foi marcante na fase posterior à grande reportagem de *O Cruzeiro*, quando *Quatro Rodas*, *Realidade* e *Jornal da Tarde* passaram a seguir um estilo mais enxuto quanto ao uso das imagens, estabelecendo sofisticadas associações entre fotografias, ilustrações e texto. Para definir parâmetros de análise visual das reportagens, é importante demonstrar que imagens associadas oferecem possibilidades infinitas de interpretação visual de fatos e temas.

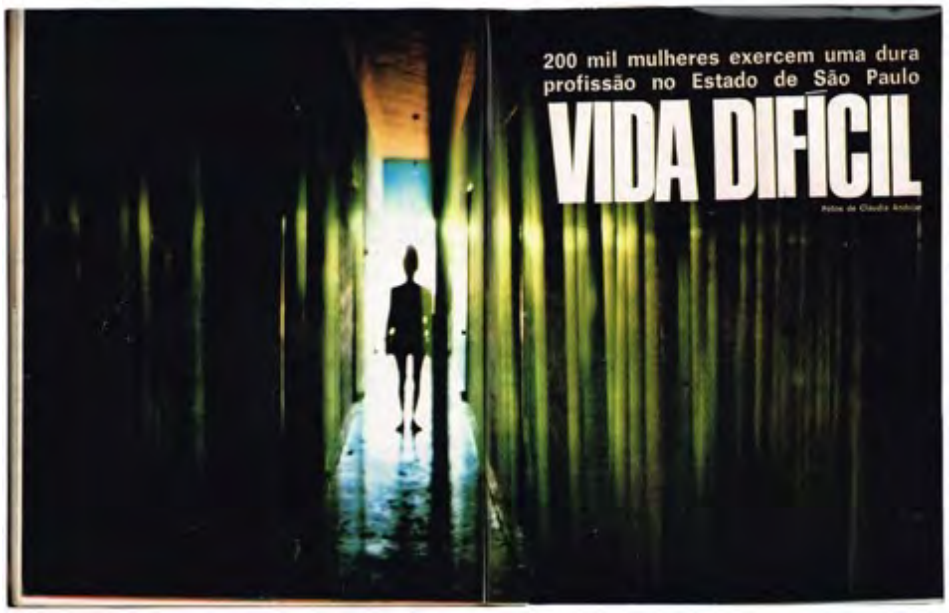
O esquema geral da estrutura narrativa 3 + 1 pode dar lugar até a arranjos ficcionais, conforme vimos nos exemplos históricos da revista *Realidade* no capítulo 4. Block (2013) formulou uma proposta de análise da produção de narrativas visuais para filmes. Embora seu trabalho foque o cinema, as reflexões ajudam a entender efeitos estéticos dos fundamentos básicos da linguagem visual em uma narrativa. Para Block (2013, p. 4, tradução nossa), os fundamentos visuais podem ser utilizados para expressar sentimentos e ajudam a contar a história: "Qualquer componente visual pode ser usado para comunicar uma ampla gama de emoções ou ideias de uma maneira interessante e nova".

O autor elegeu componentes a serem analisados em narrativas cinematográficas, sendo eles fundamentos básicos da linguagem visual aplicados também às imagens estáticas. "Um escritor utiliza as palavras para gerar uma tensão narrativa. Um músico melodias, e nós temos o uso do **espaço**, as **linhas** e **formas**, o **tom**, a **cor**, o **movimento** e o **ritmo** para criar intensidade visual" (BLOCK, 2013, p. 249, grifo nosso). No caso de reportagens, a história textual não tem o mesmo tipo de tessitura que nos filmes, uma arte essencialmente audiovisual.

Mas a composição quadro a quadro do cinema é expressa com as mesmas técnicas, dependendo do suporte, e na grande reportagem multimídia temos também o movimento como parte da narrativa visual, além do material audiovisual. Aqui, esses elementos não terão tópicos de análise específicos. Quando a análise se detiver no design, os fundamentos da linguagem visual serão analisados como um todo quanto ao seu valor narrativo.

Block (2013) mostra que toda narrativa tem seu gráfico de ritmo, assim como Freeman (2014) demonstra no caso da fotografia. Ambos relacionam as partes da história (abertura, corpo, clímax, fechamento)[61] à intensidade do estímulo visual. Nos filmes esse processo é simultâneo, enquanto na grande reportagem a narrativa visual é anterior ao texto. A edição dá sentido ao jornalismo visual e, ao ter contato com uma página, o leitor/espectador entende, a partir de uma narrativa visual, os dados essenciais da história. A intensidade dessa narrativa visual é fruto da edição e do formato jornalístico no qual vai circular. A partir da reportagem "Vida difícil" (figura 89), de Mylton Severiano[62], com fotos de Claudia Andujar, vamos entender como o leiaute utiliza os fundamentos da linguagem e da estrutura narrativa para criar uma história enriquecida com o estilo marcante da fotógrafa.

Figura 89 – leiaute de "Vida difícil", *Realidade* (1968, nº 28)



[61] Block (2013) define as etapas como planejamento, conflito, clímax e fechamento.

Fonte: http://realidade.ufca.edu.br.

Nesse leiaute é possível entender formas de criar encadeamentos precisos com a montagem das imagens. A grande reportagem ocupa 16 páginas, sendo sete compostas também por fotos. Nesse esquema de diagramação, a reportagem fotográfica ganha amplo destaque, pois a mancha gráfica em página dupla chega a 300 x 466 milímetros. A narrativa visual é organizada de maneira sequencial, associada às titulações e isolada do corpo principal da reportagem na maior parte do leiaute. A primeira parte se apresenta como um ensaio independente, que vai preparando o tema. Cria certo suspense com uma fotografia enigmática, que coloca um corpo disforme como ponto de atenção em uma imagem de profundidade. O próximo folhear se abre para um cotidiano que nada remete à prostituição. A sequência de títulos-legenda demarca a narrativa e, no terceiro ato, revela de maneira sutil o ambiente da prostituição com a foto da portaria à meia luz e outras imagens em detalhe sendo montadas. A harmonização do conjunto se dá pela cor.

Na sequência das fotos de Claudia Andujar, a montagem promove ritmo e encadeamento com a edição utilizando enquadramentos diversos em um movimento crescente. Depois, para abrir o corpo do texto, a diagramação busca uma associação com a ideia de começo, expondo as personagens olhando por uma janela para frente. As tonalidades da cor promovem um contraste com a "vida em que se quer ser feliz", de tons frios e calmos, e a "vida infeliz", de tons vermelhos e quentes. A forma de encadear as informações visuais é outro requisito fundamental para construir o jornalismo visual em grandes reportagens, pois as relações temporais fixam a atenção do leitor. O desafio vem a ser ainda maior em espaços digitais determinados pela linearidade da leitura em rolagem. Na página dupla impressa, as bases da diagramação moderna existem há pelo menos um século. Já para as páginas digitais, o cenário ainda busca consolidar os seus formatos.

No jornalismo visual de grande reportagem pressupõe-se uma organização (montagem e diagramação) sob a égide do contexto, sendo a pauta, a apuração e a interpretação dos repórteres elementos que darão o clima da narrativa visual. Sendo assim, é preciso entender os elementos estruturais básicos da narrativa para construir um roteiro adequado ao olhar do leitor. Não serão discutidas em profundidade as teorias narrativas literárias e as suas categorias, pois, para este estudo, são suficientes os pontos fundamentais para uma análise pragmática dos elementos visuais em uma narrativa. Assim, o estudo dos livros *Análise crítica da narrativa* (2013), de Luiz Gonzaga Motta, e *Introdução à análise da narrativa* (1995), de Benjamin Abdala Junior, ajudou a entender quais elementos a estruturam. Pode parecer anacrônico utilizar obras que tratam de textos para uma análise visual, mas na reportagem as linguagens

não verbais e verbais se traduzem, no produto final, em um só discurso. A gramática jornalística é verbo-visual na essência.

Gonzaga Motta (2013) estrutura em planos as instâncias de investigação para a narrativa textual. Aqui propõe-se analisar os planos sugeridos tendo como objeto a narrativa visual, primeiro em uma leitura autônoma e, em outro momento, buscando entender como o visual articula-se com o texto. Ou seja, a leitura da reportagem é fundamental no processo de análise. Na proposição de Gonzaga Motta (2013 p. 136) temos: plano da expressão (discurso, linguagem); plano da estória (conteúdo, enredo, intriga) e o plano da metanarrativa (tema, fábula, modelos de mundo). Essa divisão é estabelecida apenas para fins de análise, já que os planos estão sempre em interação. Motta (2013, p. 136) demarca como fundamental a análise do **plano da expressão** para narrativas jornalísticas, publicitárias, cinematográficas ou dos quadrinhos. "A retórica escrita, visual ou sonora é fartamente utilizada como recurso estratégico para imprimir tonalidades, ênfases, destacar certos aspectos, imprimir efeitos dramáticos de sentido". No **plano da estória**[63] analisam-se recursos estruturais da narrativa. O pesquisador "irá investigar a lógica e sintaxe narrativa, ou até onde elas manifestam intencionalidades do narrador: as unidades nucleares e a funcionalidade delas na estória, seu encadeamento em sequências para compor o enredo". Já no **plano da metanarrativa** a busca é por uma estrutura profunda, "em que temas ou motivos de fundo ético ou moral integram as ações da estória em uma estrutura compositiva cultural pré-textual, de caráter antropológico" (MOTTA, 2013, p. 138).

Nesta pesquisa é necessário entender as conexões desses elementos com o todo visual, buscando as intenções da edição. Para a análise visual da narrativa da grande reportagem, consideram-se os seguintes pontos: **1. Elementos estruturais**: abertura, corpo, clímax e o encerramento; **2. Elementos funcionais**: foco, ação, personagem, tempo, espaço; **3**. **Elementos expressivos**: *status* das imagens, suportes, recursos visuais. A análise da narrativa por planos de Motta (2013) foi adaptada ao contexto visual, de modo que os **elementos estruturais** representam como a história foi organizada de modo geral – equivalente ao plano da estória. O pesquisador busca entender o roteiro dessa narrativa, qual é o seu tipo, se é cronológico ou conceitual, e como o autor constrói visualmente o enredo da história. O modo de organização do leiaute é o principal elemento a ser anotado pelo pesquisador, que deve estar atento a como se dá o fluxo, o ritmo e o encadeamento das informações.

[63] Forma utilizada pelo autor, porém prefiro utilizar "história" neste trabalho.

Já os **elementos funcionais** são as categorias narrativas em ação na estrutura. Toda história é contada a partir de um foco, que desvela ações nas quais os personagens estão engajados em determinado tempo e espaço. Para definir essas características, buscou-se a simplicidade da organização didática de Benjamin Abdala Junior (1995), empregada em análises de textos de ficção e não-ficção. São cinco as categorias narrativas elencadas, que aqui chamamos de elementos estruturais. O **foco** narrativo é o ponto de vista do narrador, como ele se expõe. No texto, esse efeito é dado pelo conjugação verbal, se em primeira ou terceira pessoa, ou pela organização do discurso, se direto ou indireto. Assim, o narrador pode ser como um Deus que tudo vê, sabe e modifica, ou dar a impressão de que não interfere na história. Pode se comportar como uma testemunha que relata apenas o que vê e pode ser, ainda, o protagonista da ação. Para a narrativa visual, sobretudo no fotojornalismo, essas nuances de foco foram forjadas como formas expressivas bastante marcadas. Em matérias factuais, o jornalismo visual necessita transmitir um ar de instantaneidade, sendo produzido no calor dos acontecimentos e tendo o fotógrafo como testemunha. Nas coberturas políticas, o fotógrafo já atua como um cronista, buscando fisionomias dramáticas para o contexto. Em grandes reportagens temos narrativas épicas que misturam documentação e interpretação, conforme vimos em exemplos anteriores. Na reportagem clássica de jornal ou revista, o foco narrativo da visualidade era dominado pela fotografia, enquanto no contexto atual pode estar presente em diferentes elementos, tais como infográficos, vídeos, animações e visualizações de dados.

A **ação** é a própria história ou as histórias que compõem a narrativa. "A ação pressupõe a existência de personagens, que a desenvolvem rumo a um desenlace ou desfecho" (ABDALA JUNIOR, 1995, p. 35). É importante demarcar que uma narrativa visual nem sempre conta a história de pessoas, ela pode se organizar em torno de temas e ser dotada de um roteiro, mas opera em uma estrutura dramática convencional. "Algumas narrativas existem apenas na cabeça do autor. Elas funcionam por meio da apresentação de uma ideia, com certa originalidade, ao leitor" (FREEMAN, 2014, p. 96).

A observação da apresentação dos **personagens** na narrativa é um ponto fundamental de análise visual, pois a reportagem se ancora, na maioria das vezes, em depoimentos. Portanto, as fontes são agentes de efeitos de verdade que colaboram com a pretensa objetividade jornalística. A materialidade desses personagens é dada por suas falas, mas também por suas imagens. Conforme vimos, a reportagem em profundidade no Brasil tem a característica de contar histórias a partir da alteridade. Então, a documentação do outro é parte fundamental nas imagens das tramas.

Quando a reportagem é descritiva, como as abordagens de dados técnicos, prognósticos ou revelações científicas, pode não apresentar pessoas em ação, mas se organiza em torno de personagens representados por animais, objetos ou fenômenos. Nesses casos o visual impõe alguma personalidade e protagonismo a determinados pontos da narrativa.

Neste exemplo do jornal o *Estado de S. Paulo*, "Fauna invisível" (figura 90), os protagonistas da narrativa visual são os próprios animais. Uma das imagens mais elaboradas é justamente um infográfico animado que traz uma ficha das espécies. Os pesquisadores aparecem em poucas fotografias e têm mais espaço nos vídeos que reproduzem suas falas. Para conhecer esses personagens da história, o leitor precisa ler o texto ou acessar o vídeo ou alguma galeria de fotos para vê-los em ação. Essa foi uma escolha editorial conectada ao **foco** da narrativa, que aborda animais dificilmente avistados na Mata Atlântica e que puderam ser documentados com a instalação de câmeras e rastreadores. A edição é minuciosa, com fotografias e vídeos documentando os passos da reportagem e infográficos e mapas interativos do local onde ocorrem as cenas. Inclusive, houve uma expedição em busca de uma onça que sumiu do radar. O material é dividido em uma sequência clara, com capítulos numerados, mas a leitura pode se desenvolver em diferentes caminhos. Os textos são independentes e se complementam.

Figura 90 –"Fauna invisível", *O Estado de São Paulo* (18/12/2015)

Fonte: https://infograficos.estadao.com.br/cidades/fauna-invisivel/

Essa reportagem consegue, ainda, criar uma relação temporal com o leitor pela ideia de acompanhar os pesquisadores, descobrir o que há na floresta e seguir o rastro da onça. No vídeo de abertura o tom é esse, assim como nas galerias sequenciais de fotos que ajudam a explicar a ação dos pesquisadores. A categoria **tempo** influencia de modo abrangente vários pontos de uma narrativa. Para Abdala Junior (1995, p. 54-55) há os tempos externos (escritor, leitor, histórico) e internos (história e discurso). Com o foco no visual, a análise propõe identificar quando se passa a história, se o leiaute é apropriado ao seu tempo ou se usa recursos para representar épocas históricas. O tempo ainda pode ser representado por infográficos, tais como linhas de tempo, montagens ou imagens. Outro elemento a ser observado é o ritmo que o leiaute impõe na leitura do material no folhear ou no *scrolling*.

Quanto ao **espaço**, é a categoria destinada a situar a história. Em seus textos, Tom Wolfe (2005, p. 55) lembra que, entre os recursos usados pelos jornalistas do *New Journalism* para as grandes reportagens da época, um deles era "o registro de gestos, hábitos, maneiras, costumes e estilo (...)". Essas narrativas ao modo da revista *New Yorker* na maioria das vezes privilegiam o texto sem destacar as imagens. A descrição é fundamental para ambientar os personagens e, nos objetos avaliados nesta pesquisa, buscamos reportagens que associassem texto longo e elementos visuais. Notadamente, as imagens buscam esse efeito de ambientação na reportagem, mas também os recursos de infografia, que já aparecem em reportagens há mais de um século. Em alguns casos o espaço pode ser abstrato, como em pautas econômicas, nas quais a atenção se volta para como a narrativa visual ambienta os dados para o leitor no sentido de criar materialidade ao discurso. No exemplo de "Fauna invisível", o espaço é peça-chave na trama e mereceu da equipe de arte grande esforço na construção de rotas em mapas interativos, com fotografias e infográficos estáticos sobre a situação do bioma, das espécies, além de ilustrações sobre os procedimentos da pesquisa científica. Quando a edição visual prefere ou não tem permissão para apresentar o espaço, no caso de reportagens investigativas, um ambiente ficcional ou algum outro elemento narrativo pode dominar a estrutura em uma ambientação criativa. Aqui o analista busca entender como se expressa essa categoria narrativa e como é representada ou omitida no visual.

Por fim, os **elementos expressivos** se concentram nos efeitos sensoriais e emocionais das imagens e do design. O olhar agora deve aprofundar-se em como o visual cria dramaticidade para a história. Que tipos de imagens, efeitos de cor, diagramação, movimento e interatividade estão presentes no mapa visual que conta a história? O design é a chave para entender esse plano, assim como o conteúdo das imagens, sejam fotos ou ilustrações. Na figura 88, nota-se um conjunto variado de camadas de informação, gerando ritmo ao encadeamento e surpresas na exploração da reportagem. Block (2013, p. 249) considera que "quanto maior é o contraste em um componente visual maior será a intensidade e o dinamismo visual" e vice-versa. Assim como destaca Motta (2013), esses planos de análise não existem em paralelo na materialidade do discurso, estão entrelaçados como um tecido. No caso do tecido digital, a trama é ainda mais complexa e necessita ser observada em suas especificidades.

7.2 LEIAUTES EM DECOMPOSIÇÃO: UM MODO DE LEITURA

Diante de toda a complexidade que se coloca para as narrativas visuais, é necessário estabelecer um modo de análise abrangente, que consiga decompor o objeto (descrevê-lo) e relacionar seus elementos ao foco do trabalho. Propõe-se um roteiro de investigação buscando disciplinar a análise e equilibrar as objetividades e subjetividades da pesquisa. Compreender a narratividade visual dentro da reportagem pressupõe mais do que a descrição morfológica do visual evidente, é uma investigação também de motivações, de busca das estratégias de sentido empregadas para que determinada página seja apresentada de uma forma e não de outra. Como há camadas diversas a serem exploradas nesse campo, aqui procura-se um modelo metodológico orientado para o estudo do jornalismo visual em narrativas de profundidade.

Na avaliação dos princípios, planos e componentes da narrativa textual e visual descritos no tópico anterior, foram identificados três eixos e 15 categorias expressivas para a análise do jornalismo visual. Algumas são aplicáveis a todos os tipos de suporte e outras referem-se aos produtos digitais (tabela 2).

Tabela 2 – eixos e categorias de análise visual na grande reportagem

Narrativa visual	Edição	Design
Foco Ação Personagem Espaço Tempo	Forma Multimidialidade Interatividade Autoria	Sintaxe visual Leiaute Legibilidade Acessibilidade Adaptação Criatividade

No primeiro eixo, a intenção é compreender como a reportagem apresenta visualmente os **elementos funcionais** de uma narrativa. Depois, o olhar se volta para as escolhas, os **elementos estruturais** da edição e a sua forma (abertura, corpo, clímax, encerramento), que tipo de elemento visual utiliza, como trabalha a sintaxe entre eles e de que forma se apresentam os canais para a interação do leitor. Na última parte, o design é verificado em seus objetivos práticos (legibilidade, acessibilidade e adaptabilidade), pois todos esses elementos se dirigem à sensibilidade visual, mesmo que sejam para cegos, como é o caso da categoria acessibilidade. Já narrativa, leiaute e criatividade colaboram para o entendimento dos **elementos expressivos** da reportagem, entendendo o design como articulador emocional e funcional da narrativa visual.

Diante de tantas categorias de análise, é preciso estruturar uma metodologia que organize essa diversidade em diferentes formatos, criando uma matriz avaliativa. O trabalho de análise de recursos on-line de Codina (2004) foi adaptado para esse fim. Aqui propõe-se uma forma de análise visual, porém o exercício crítico e descritivo não é um fim. O esforço em busca dos elementos-chave de uma edição de boa qualidade do jornalismo visual resulta em parâmetros de produção. Pelo entendimento de como as narrativas visuais são construídas aprendemos técnicas de como elaborá-las e, quem sabe, aperfeiçoá-las. Mesmo na era da imagem, a alfabetização visual ainda não é corriqueira. A intenção é ajudar a expandir o número de jornalistas com competências visuais, assim como a criatividade para as reportagens.

Quando se trata da observação de publicações em interfaces digitais, o número de elementos analisados aumenta expressivamente em relação ao impresso. No papel, temos o espaço determinado, com nexos criados em superfícies planas, não "penetráveis" e visivelmente finitas. Já na web, além da superfície plana da tela há uma série de camadas que acessamos, como se pudéssemos penetrar na narrativa, elementos que necessitam de um metodologia própria. Diante dos diferentes formatos, a análise visual procura um modelo que atenda aos conteúdos multimídia.

Lluís Codina (2004, p. 1-2) desenvolveu um método de análise de recursos digitais dividido em três etapas de avaliação: parâmetros, indicadores e procedimentos. O método apresenta várias etapas de documentação e descrição do objeto calcada em intenções pré-determinadas e elaboradas pelo pesquisador com a preocupação de indicar o que e como avaliar. Na análise visual é importante determinar parâmetros para evitar conclusões apressadas e superficiais, por isso a adaptação para esse contexto mostrou-se oportuna.

Os parâmetros para Codina (2004) devem responder à pergunta: o que será avaliado? Ou seja, referem-se aos problemas da análise. Em seguida, devem gerar indicadores que ajudem na avaliação. "Não se deve realizar apenas uma identificação e seleção de parâmetros (o que avaliamos) em uma metodologia de avaliação, mas também uma identificação e seleção de indicadores (como exatamente vamos avaliar cada parâmetro)." O pesquisador recomenda uma **definição** clara a que se refere o indicador, evitando a ambiguidade. O analista deve elaborar **perguntas-chave** para confrontar a qualidade do indicador, levar em consideração o **contexto**, se faz parte de um nicho específico ou é "uso geral". O uso de **exemplos**, apresentando práticas e comparando formatos, pode ser uma forma de avaliar um indicador. O analista pode incluir um **procedimento** como orientação para a investigação.

Por fim, Codina sugere uma **pontuação** para os indicadores – de 0-1 para elementos de resposta binária e de 0-3 se a análise prevê nuances. "Um mau uso (0); um uso suficiente,

mas com limitações (1); um uso adequado (1,5); um uso notável (2); um uso excelente (3)" (CODINA, 2004, p. 2). Outra pontuação mencionada é: (0) erro grave; (1) erro; (2) correto, pode melhorar; e (3) excelente. Utilizar índices matemáticos para análises de produtos digitais é frequente, principalmente nos estudos de usabilidade. Alguns itens são deveras práticos quando se olha para o recurso digital como interface. Mas há outros elementos para uma investigação visual que podem ser mais difíceis de avaliar apenas com esses parâmetros. Por exemplo, como definir pontuação de 1-3 para uma prática repleta de nuances como a narrativa e a sintaxe visual? O segundo exemplo de pontuação usa palavras ainda mais próximas da arquitetura de sistemas, como "erro", enquanto a primeira é mais abrangente, focando no uso dos parâmetros e indicadores. Nessa reflexão, a pontuação avalia a eficiência do jornalismo visual em relação à pauta.

Para a análise, Codina (2004, p. 3) sugere organizar fichas com as informações levantadas pela pesquisa. Após a identificação de parâmetros e dos indicadores, a fase de procedimento (ou desenvolvimento) requer várias práticas de observação do objeto. A primeira delas é uma exploração sutil em busca de aspectos mais evidentes do indicador. Codina chama essa fase de identificação. "Não é necessário percorrer todos os níveis em profundidade, ou em amplitude: apenas aqueles que, baseados no seu desenho ou na sua localização na página, apresentam evidências de serem os mais importantes." Neste trabalho, a matéria é observada sendo folheada ou navegada, sem ainda ler a reportagem. Foram tomadas notas das impressões gerais da experiência.

A segunda é a "exploração sistemática", na qual a análise procurará responder a ficha seguindo cada indicador em uma avaliação em profundidade. "Se o recurso for muito amplo, provavelmente, a exploração deve ser limitada a partes bem definidas ou seções do recurso que façam sentido para serem analisadas separadamente" (CODINA, 2004, p. 3). Nessa etapa, a matéria foi lida e ocorreu a exploração minuciosa de cada item. A última fase é a de exploração das fichas em busca de conclusões e recomendações. Sobre a pontuação, Codina recomenda incluir um comentário ou justificativa sobre o resultado a fim de verbalizar as conclusões, buscando uma análise ponderada. Neste trabalho, os comentários foram incluídos na discussão dos resultados.

Para a investigação dos resultados são sugeridas fichas para cada parâmetro, divididas em três partes: 1- identificação do recurso (dados gerais e descrição); 2 - análise (resultados de cada parâmetro e comentário); e 3 - conclusões (síntese valorativa da publicação com recomendações). Quanto à análise numérica, a pontuação global é obtida somando-se todos os pontos e dividindo pelo número de indicadores. Resultados "abaixo de 1,5 qualquer publicação

se beneficiará de uma revisão em profundidade. Abaixo de um ponto, a web necessita de forma imperativa de uma renovação" (CODINA, 2004, p. 47). No caso de reportagens, que se configuram como produtos acabados, a avaliação foca em formas de manter ou inspirar-se com boas práticas e aperfeiçoar as narrativas jornalísticas em desenvolvimento. Considerou-se oportuno incluir o contexto de produção como parte da análise, realizando visitas e entrevistas.

O movimento de análise do jornalismo visual percorre então os seguintes passos: 1. identificação do objeto; 2. construção de parâmetros de análise; 3. determinação dos indicadores; 4. entrevistas e pesquisa de depoimentos das equipe de produção; 5. observação do objeto; 6. descrição sistemática da observação; 7. discussão dos resultados; e 8. construção da análise global dos resultados.

É prudente dividir os parâmetros em partes para facilitar a organização dos resultados e a discussão elaborada, embora não seja obrigatório. Codina sugere dividir nas seções conteúdo, acesso à informação, visibilidade e usabilidade[64]. Aqui adaptaram-se ideias dessa metodologia a fim de criar uma ficha de dados para análise do jornalismo visual com descrição densa. A seção conteúdo, para Codina (2004), engloba parâmetros e indicadores sobre autoria, qualidade e quantidade de conteúdo, relevância do material, edição dos recursos multimídia e interativos, além de originalidade e memória. Em caso de acesso à informação, são descritos indicadores fundamentais para o jornalismo visual. São itens mais estruturais, que garantem a navegação, recuperação e a ergonomia, tais como sumário, navegação estrutural, hierarquização, busca avançada, facilidade, flexibilidade, claridade, legibilidade e velocidade, entre outros.

O parâmetro visibilidade inclui muitos indicadores da área de programação dos sites, pois analisam metadados das páginas, buscando entender a qualidade dos links externos ao site. Já a usabilidade se preocupa com os processos de navegação no ambiente do sistema, tais como indicações de tempo para baixar determinado conteúdo e mensagens informando erros. O último indicador é a adaptação, embora Codina (2004, p. 45) ainda não previsse a leitura em diferentes telas. Mas sua definição mostra a perenidade dessa metodologia, pois se relaciona a "aspectos como a existência de diversas vias para realizar as mesmas ações, a possibilidade que cada usuário adapte o sistema a suas necessidades (customização) e a facilidade para realizar ações habituais". São indicadas para análise questões de língua e adequação de políticas de privacidade a diferentes contextos. Com a popularização das telas táteis dos *tablets* e *smartphones,* a leitura de um mesmo conteúdo é realizada em diferentes

[64]A proposta completa de Codina (2004) está no Anexo A.

suportes, e a necessidade de adaptação dos leiautes e recursos visuais tornou-se uma necessidade que ainda é um desafio, principalmente para narrativas complexas. É nesse sentido a avaliação visual.

Em uma revisão dos parâmetros de Codina (2004), foram mantidos aqueles que se relacionam com recursos visuais e incluídos itens específicos desta pesquisa, relacionados à narrativa e criados para esta tese. Os itens-parâmetros foram divididos em: 1. narrativa visual; 2. edição visual; 3. design; e 4. visibilidade. Para cada um deles foram listados os indicadores, formando a estrutura geral da matriz avaliativa para o jornalismo visual. Na tabela 3, a organização geral dos parâmetros e indicadores:

Tabela 3 – matriz avaliativa do jornalismo visual

Parâmetros	**Narrativa visual**	**Edição visual**	**Design**	**Visibilidade**
Indicadores	Foco Ação Personagem Espaço Tempo	Forma Multimidialidade Interatividade Autoria	Sintaxe visual Leiaute Legibilidade Acessibilidade Adaptação Criatividade	Distribuição Memória

Como o *corpus* abarca linguagens do impresso e do digital, as fichas abordam cada tipo de interface com as mesmas perguntas, quando aplicáveis. Assim, a construção dos parâmetros nesta tese não se refere apenas aos recursos digitais, como em Codina (2004). Porém, como a narrativa digital se apresenta em uma linguagem mais complexa de relações, a criação dos parâmetros parte desse meio para poder abranger outras linguagens que a antecederam. A seguir, nos quadros 1, 2 e 3, o detalhamento da matriz avaliativa indicando os pontos fundamentais para a compreensão da qualidade e eficiência do jornalismo visual na reportagem.

Quadro 1 – parâmetro: narrativa visual

Parâmetro 1 – narrativa visual – investiga as funções dos elementos visuais a partir de categorias narrativas.					
Indicadores	**a) foco**	**b) ação**	**c) personagem**	**d) espaço**	**e) tempo**
Definição	Clareza do foco da reportagem a partir da observação simples do ponto de vista do narrador.	Utilização dos recursos visuais para apresentar a ação/cena.	Forma de representação dos personagens na narrativa.	Ambientação das cenas da narrativa visual.	Visualização dos tempos da história (do escritor, o histórico e o tempo do leitor) a partir de algum recurso visual.
Perguntas	O foco da narrativa está claro? Os recursos de leiaute e expressão gráfica traduzem o ponto de vista do narrador? A que tipo de imagens ele recorre? Como?	Como as cenas são apresentadas visualmente na narrativa? A ação/cena faz parte ou é adendo da narrativa visual?	Como os personagens aparecem? Eles fazem parte da história ou são ilustrativos? Que espaço visual o narrador dá aos personagens?	Como os espaços da ação dos personagens na história se apresentam visualmente na narrativa? Onde acontecem os fatos?	Como o tempo da história se reflete na narrativa visual?
Explicações e exemplos	O narrador pode escolher mostrar a história de um ângulo objetivo, com fotos factuais, ou mais interpretativo, com foto-ilustração ou de caráter documental. Também pode ser cronológico, com fotos ou desenhos sequenciados.	Para a cobertura da ação é preciso desenvolver apuração *in loco* ou trabalhar com arquivos. Verificar se fotografias, vídeos ou outros recursos incorporam as cenas da narrativa.	Os personagens podem ser retratados em foto, desenho, vídeo, pintura, arte digital. Ex.: reportagens com crianças em situação de risco ou crimes violentos.	O espaço pode ser representado de modo físico ou abstrato. Há espaços sociais, espaços físicos e espaços psicológicos.	Pode haver tempo do escritor (seu repertório de vida interfere na narrativa), o tempo do leitor (valores da época) e tempo histórico (época que desenrola a história), que podem ser representados por cores, linhas de tempo, comparação antes e depois e relatos cronológicos.
Procedimento	O pesquisador comenta a sua primeira impressão sobre a comunicação visual e depois avalia as escolhas do narrador.	Observar como os desdobramentos da história são mostrados visualmente.	Examinar as imagens dos personagens indicando a forma de representação (foto, desenho, pintura, arte digital). Perceber como as escolhas conectam-se à narrativa.	Anotar como a narrativa visual cria os espaços de ação dos personagens.	Procurar perceber a atualidade ou a historicidade das imagens e demais recursos visuais no desenrolar da história.
Pontuação	0-3	0-3	0-3	0-3	0-3

Quadro 2 – parâmetro: edição visual

Parâmetro 2 – edição visual – organização e escolhas dos elementos visuais para legitimar o discurso e a compreensão da reportagem.				
Indicadores	**a) forma**	**b) multimidialidade**	**c) interatividade**	**d) autoria**
Definição	Uso dos suportes e da hierarquia visual para favorecer a leitura da reportagem.	Utilização de recursos multimídia na narrativa.	Utilização de recursos interativos.	Apresentação da responsabilidade intelectual nos créditos da produção visual.
Perguntas	Qual o formato da grande reportagem? Como a edição organizou a navegação? E o sumário?	Quais elementos visuais, associados ao texto, são utilizados na reportagem? Esses elementos compõem a narrativa? Como? O impresso informa os conteúdos multimídia da reportagem?	A edição previu algum tipo de interação no projeto a partir dos recursos gráficos?	Os elementos visuais estão creditados na reportagem? O expediente inclui profissionais do impresso e do digital? Há como entrar em contato com a equipe?
Explicações e exemplos	A reportagem impressa pode ser série, especial ou caderno especial. Na interface multimídia, a organização pode ser um especial ou apresentar menu horizontal, em capítulos. É importante observar a fragmentação dos conteúdos.	As grandes reportagens cada vez mais oferecem narrativas digitais complexas, com vários recursos (vídeos, fotos, animações, gráficos e infográficos). No impresso, listar as linguagens utilizadas fora a verbal.	Conforme Codina (2004, p. 12): “Essas interatividades podem incluir gráficos, simulações, diagramas animados e etc”.	Toda grande reportagem deveria apresentar um expediente, combinando as equipes das diferentes plataformas.
Procedimento	Observação e anotação na ficha.	Observar como as diferentes linguagens apresentam interações com o texto. Apresentar exemplos.	Buscar interagir com os elementos disponíveis e anotar impressões.	Estudar os expedientes e créditos de todos os recursos visuais. Ouvir os profissionais.
Pontuação	0-3	0-3	0-3	0-3

Quadro 3 – Parâmetros: design e visibilidade

Parâmetro 3 – design – elementos de estilo, tipografia, efeitos visuais como indutores de informação e eficiência no acesso ao conteúdo.				
Indicadores	**a) sintaxe visual**	**b) legibilidade**	**c) acessibilidade**	**d) leiaute**
Definição	Elaboração de sentidos a partir dos textos, design e das imagens em interação.	Facilidade de leitura dos textos e de visualização dos demais elementos.	Facilitação de acesso ao conteúdo para navegação.	Adequação e eficiência estética no modo de formatar a visualidade da reportagem para leitura.
Perguntas	As imagens e demais recursos visuais compõem um todo que se relaciona? A partir do arranjo gráfico é possível estabelecer sentidos para a narrativa?	A tipografia é adequada? Os menus, imagens e elementos de navegação são legíveis?	O design oferece facilidade de compreensão e acesso na navegação a todos os públicos?	O leiaute favorece o conteúdo?
Explicações e exemplos	O editor cria nexos visuais entre os elementos de uma página impressa ou digital. Como dizem no jargão da área, “deixar a matéria redonda”.	Observar se o tamanho das letras e a legibilidade de suas formas facilitam a leitura.	Os caminhos que podem ser seguidos pelo leitor devem ser facilmente visualizados.	A escolha do leiaute reflete o tipo de grande reportagem que foi desenvolvida. Se mais fragmentada em capítulos ou de texto contínuo.
Procedimento	Observar os elementos visuais em interação no projeto visual. O pesquisador deve ler a reportagem para entender os nexos criados.	Anotar as facilidades ou dificuldades de leitura.	Avaliar se a navegação conseguiu apresentar todo o conteúdo da reportagem e se os links dos recursos visuais funcionam.	O pesquisador deve ler as reportagens e observar as funções do leiaute.
Pontuação	0-3	0-3	0-3	0-3

(cont.) Parâmetro 3 – design			**Parâmetro 4 – visibilidade** – formas de distribuição.	
Indicadores	**e) adaptação**	**f) criatividade**	**a) distribuição**	**b) memória**
Definição	Adaptação dos conteúdos da grande reportagem conforme personalização do leitor ou a capacidade de adaptar o conteúdo às diferentes necessidades dos leitores.	Criatividade na utilização dos recursos visuais com formatos não convencionais, inspiradores e práticos.	Possibilidade de contato com a grande reportagem por redes sociais, metadados e aplicativos, ou por veículo impresso.	Forma de recuperação da informação.
Perguntas	O leiaute se adapta a diferentes telas? Há recursos de personalização disponíveis ao usuário?	O material apresenta ideias originais e de relevância temática? Os recursos visuais apresentam formas inovadoras?	Como a reportagem fica visível na rede? E o material impresso, como chega às mãos dos leitores? Há divulgação em redes sociais? Todos os suportes foram divulgados?	O material tem fácil recuperação de conteúdo na web? Existem canais para acessar conteúdos antigos?
Explicações e exemplos	Com a popularização das telas táteis dos *tablets* e *smartphones,* a leitura de um mesmo conteúdo é realizada em diferentes suportes. Na reportagem multimídia, conteúdos são adaptados e nem sempre se encaixam corretamente em todos os suportes disponíveis.	O território da grande reportagem é de experimentações. As inovações do jornalismo costumam ocorrer nesse gênero.	O design da interface deve prever enlaces para ampliar o acesso ao conteúdo. Na web, a visibilidade é um fator fundamental.	Grandes reportagens são atemporais e podem se configurar também como documentos históricos. O acesso deve ser fácil aos conteúdos antigos.
Procedimento	Ler a reportagem em todas as plataformas disponíveis e anotar a eficiência da adaptação dos conteúdos aos diferentes suportes.	Comparar com modelos convencionais para detectar expressões criativas.	Observar e anotar todos os canais nos quais a grande reportagem fica visível.	Mapear como a reportagem pode ser acessada após sua publicação.
Pontuação	0-3	0-3	0-3	0-3

8. PERGAMINHOS CONTEMPORÂNEOS

8.1 LEITURA VISUAL MULTIMIDIÁTICA

Neste percurso visual o ponto de chegada para a aplicação da matriz metodológica de pesquisa são as grandes reportagens multimídia de jornais brasileiros. Fizeram parte da observação detalhada sobre os modos de construir o jornalismo visual quatro jornais de referência, dos quais foi escolhida uma reportagem de cada para a análise metodológica. Os jornais de referência investem em conteúdos em profundidade, embora estes sejam pontuais. O critério para a escolha foi a necessidade de entender a cultura visual das redações tradicionais e as transformações paradigmáticas da profissão. O jornal, pioneiro no modo de fazer o jornalismo e de misturar linguagens, apresentou as melhores condições para um olhar atento sobre suas narrativas visuais no contexto contemporâneo, sendo uma mídia que constantemente se reinventa. As empresas de tradição impressa entenderam que o mercado agora é on-line e investem em distribuição digital, o que acarreta mais investimento na produção audiovisual. Todos os jornais escolhidos investiram em estúdios multimídia de rádio, TV e edição de vídeo. Um cenário de cultura visual pulsante, que tem promovido experiências narrativas impulsionadas por editorias de arte autônomas e valoradas.

Compõem o *corpus* quatro reportagens dos seguintes jornais: na região Nordeste, o *Jornal do Commercio*, de Recife, e *O Povo*, de Fortaleza; do Sudeste, *O Estado de S. Paulo*, de São Paulo e *Estado de Minas,* de Belo Horizonte. A escolha foi determinada pelo tempo de circulação, sendo preferíveis aqueles com pelo menos 90 anos, que investem em grandes reportagens com recorrência em prêmios gráficos e investimento no gênero grande reportagem. Além desses fatores, durante os anos de pesquisa as editorias de especiais desses jornais foram acompanhadas em busca de exemplos para a discussão e optou-se por submeter à análise àquelas de relevância estrutural e temática, que representam um esforço editorial em qualificar o formato.

As narrativas escolhidas foram observadas com a descrição densa, baseada na matriz metodológica. Exemplos diversos encontrados na pesquisa foram utilizados ao longo de toda a tese, elucidando discussões pontuais. Assim, foi possível conhecer elementos fundamentais de narrativas visuais multimídia nos cenários acompanhados. As redações foram visitadas para reconhecimento do local de trabalho e observação da interação das equipes e dos recursos técnicos disponíveis. Em todas elas a visitação foi pontual, com a apresentação dos espaços de cada editoria e dos estúdios associados à redação. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas

(ver Apêndice A) com integrantes das equipes de produção visual e com jornalistas para entender sua formação, seu papel e as formas de produção. Ao longo da análise, são apresentados com mais detalhamento os entrevistados e as circunstâncias das entrevistas. Conforme a sugestão de Codina (2004), foram produzidas fichas discutindo os resultados de cada parâmetro da metodologia. No quadro 4, um resumo dos meios e reportagens escolhidos para compor o *corpus* de análise.

Quadro 4 – reportagens analisadas na matriz metodológica

Reportagem	**Jornal**	**Local**	**Data**
A seca que matou os peixes	*O Povo* (CE)	Fortaleza - CE	30/08/2016
Travessia	*Estado de Minas* (MG)	Belo Horizonte - MG	06/03/2016
#umaporuma	*Jornal do Commercio* (PE)	Recife - PE	24/04/2018
Um ano da greve dos caminhoneiros	*O Estado de S. Paulo* (SP)	São Paulo - SP	21/05/2019

Todas as reportagens apresentam versões impressas e digitais de leitura, já que o olhar norteador desta tese se preocupa com a compreensão do leitor sobre a narrativa da grande reportagem a partir de elementos gráficos. Por esta razão, a metodologia consegue ser aplicada a diferentes formatos, mesmo que algum parâmetro possa não ser aplicável. Não foram analisados os portais dos jornais, pois a atenção esteve focada na visibilidade dada ao formato da grande reportagem multimídia dentro dos sistemas de comunicação. As reportagens foram exploradas em três suportes respectivamente: *desktop* (MacBook Pro), aparelho celular (Iphone 5S) e *tablet* (Samsung), visando o indicador adaptação. No próximo tópico segue a descrição visual densa das reportagens, dividida em: I – identificação do contexto de produção; II – identificação da reportagem; III – análise de parâmetros indicadores e IV – discussão dos resultados. Ao final das quatro descrições densas, desenvolve-se uma interpretação das descobertas da matriz metodológica.

8.2 DESCRIÇÃO VISUAL DENSA DE GRANDES REPORTAGENS

8.2.1 Jornal *O Povo* (CE)

I - Identificação do contexto de produção

Desde sua fundação em 1928, o jornal *O Povo,* criado por Demócrito Rocha (1888-1943), investe em sua apresentação visual. A primeira fotografia de capa foi publicada sete dias após a primeira edição do jornal. Em 1936 veiculou, em primeira mão, a reportagem fotográfica de Benjamim Abraão mostrando duas imagens inéditas do cotidiano de Lampião e seu bando, desse modo inscrevendo seu nome na história do fotojornalismo no Brasil. "As imagens editadas com destaque, em uma época em que reinava o texto, tinham força de documento e prova do feito jornalístico" (O POVO, 2013, p. 89). O jornal impresso é parte do Grupo de Comunicação *O Povo,* que mantém quatro rádios, a TV *O Povo* e o site *O Povo On-line*.

Figura 91 – evolução gráfica das capas de *O Povo*

I - 14/01/1928

II - 29/12/1936

III - 22/08/1944

IV - 06/07/1955

V - 20/07/1965

VI - 07/01/1969

Fonte: I e II, *O POVO*, 2013, p. 90-91, 96; III e VI, CUNHA, 2009, p. 7;
IV, V, *O POVO ON-LINE.*

I - 08/07/1990 II - 03/07/2005 III - 08/07/2005 IV - 13/04/2009

Fonte: I, II e III, *O POVO ON-LINE*; IV, http://gildicellialencar.blog.uol.com.br

Em seu percurso gráfico, o jornal contratou importantes designers para as reformas. Na década 1940, o desenhista paraguaio Andrés Guevara (1904-1964); em 1989 foi a vez do cubano Mario García, referência mundial na área. Considerado pelo jornal um dos mais importantes até então, o projeto tirou as serifas das manchetes de capa e seguiu o modelo da *Folha de S. Paulo*, identificando as páginas com símbolos alfanuméricos para página e caderno (CUNHA, 2009, p. 11).

O jornal aderiu ao mundo digital em 1999, com a criação do portal www.opovo.com.br e, em 2000, passou a disponibilizar o conteúdo impresso na internet. Os projetos gráficos conquistaram prêmios e os especiais de grandes reportagens apresentam visualidade arrojada, com alta qualidade estética. A evolução gráfica após o surgimento das tecnologias digitais pode ser percebida pelas capas dos especiais (figura 92). O visual tornou-se cada vez mais dinâmico, com o uso de fotos recortadas, ilustrações e tipografia narrativa que facilitam a compreensão do tema.

Essas características levaram à escolha desse veículo como objeto de pesquisa. Gil Dicelli ingressou no jornal em 1999, quando ainda cursava jornalismo na Universidade Federal do Ceará (UFCE), tornou-se diretor do núcleo de design editorial e seu estilo marca a identidade visual dos especiais desde então. O talento para a área visual, associado à sua formação como jornalista, possibilitou a construção de um estilo próprio de design calcado na representação simbólica e a partir da apuração jornalística. Sob sua coordenação, em 2002, o jornal ganhou o Prêmio Esso de Criação Gráfica, com o especial "Patativa", por ocasião da morte do poeta Patativa do Assaré. Em 2005, com o caderno especial sobre a morte do Papa João Paulo II, *O Povo* vence novamente o Prêmio Esso de Criação Gráfica. Os sucessivos reconhecimentos do Prêmio Esso nessa categoria se repetiram, ainda em 2010, com a "Trilogia da inquisição – no

rastro dos amaldiçoados", em 2013, com "Planeta Seca", e em 2014, com "Sertão a ferro e fogo". Em 2009, veio o reconhecimento internacional com o *Award of Excellence*, da *Society of News Design* (SND) para a capa alusiva aos 282 anos de Fortaleza com a foto de Sebastião Bisneto. Nessa equipe também atua Demitri Túlio, jornalista e repórter da área de projetos especiais e investigativos, há 24 anos no jornal. Suas reportagens já foram contempladas com mais de 40 prêmios de jornalismo, entre eles, seis Esso.

Essa geração vitoriosa consolidou seu estilo em um espírito coletivo. Demitri explica que o desenho das reportagens "sempre foi um processo intrinsecamente ligado às referências de cada um. Nasce da proposta de cobertura, seguida da discussão entre editores, repórteres e fotógrafos. Ainda assim, a experiência da pauta se impõe como ela pede para ser" (TÚLIO, 2019, p. 98). Na capa do caderno "À espera de Francisco" (figura 92), a fotografia de Fábio Lima[65] ilustra bem a colaboração em equipe. "O próprio título saiu dessa foto. Aquela foto comunicou muito bem o fato da espera pela chegada da água. Está bem claro. Fiz a foto e pensei no título. Foi automático", relembrou.

Figura 92 – capa de cadernos especiais do jornal *O Povo*

Fonte: www.opovo.com.br.

Na série histórica da "Peleja da água" o jornal começou a se aventurar com a narrativa multimídia. O jornalista e realizador audiovisual Émerson Maranhão (2019, p. 113), editor de vídeo no jornal, considera que "sempre houve uma clareza da necessidade de um novo formato,

[65] Informação verbal (SANTANA & PAIVA, 2019, p. 52).

que não se limitasse a reproduzir fórmulas televisivas e que dialogasse com o documentário clássico, mas não ambicionasse apenas arremedá-lo". Nesse aprendizado, optou por uma produção audiovisual em diálogo conceitual com os conteúdos dos cadernos impressos. A produção coletiva é evidenciada porque, mesmo com aspectos narrativos acordados anteriormente com a equipe, "o experienciar do Sertão foi o senhor do destino, destes produtos audiovisuais. Alterando rotas, ditando o ritmo, apontando soluções dramáticas, num processo criativo compartilhado por repórteres, fotógrafos, roteiristas e diretores" (MARANHÃO, 2019, p. 114).

No premiado caderno "Sertão a ferro e fogo" (2014), figura 93, uma inovação visual mostra a valorização de toda a equipe e, em especial, do trabalho gráfico. Para cada profissional há um ícone, inspirado nas marcas de ferrar o boi, para a assinatura do texto. O infográfico que mostra os símbolos das freguesias dos animais foi realizado pela jornalista e infografista Luciana Pimenta, que assina um texto de introdução da imagem. Pedro Turano, também jornalista, aparece em uma foto mostrando detalhes do processo de produção do redesenho da tipografia do ferreiro Chico Gomes.

Figura 93 – leiautes do caderno especial "Sertão a ferro e fogo", *O Povo* (12/08/2014)

Fonte: www.opovo.com.br

A evolução gráfica de *O Povo* demonstra que o jornal buscou manter o seu padrão gráfico de acordo com o que é contemporâneo. No caso dos especiais de grande reportagem, existem aqueles recorrentes, que os editores começam a pensar no início do ano. Para esta análise foram folheados em plataforma on-line[66], disponibilizada pelo jornal na internet, os especiais desenvolvidos em 2016, 2017, 2018 e até outubro de 2019. O jornal mantém certa regularidade na produção do seu conteúdo caracterizado como especial. No entanto, dos 142 pacotes folheados nesses quatro anos, apenas 16 foram considerados grandes reportagens. Há especiais com grande volume de informação, mas configuram-se como dossiês temáticos, guias, muitas vezes comerciais e patrocinados.

No portal www.opovo.com.br, os especiais recebem destaque na capa e são organizados em um link dividido por ano. É o jornal que organiza melhor seu acervo, sendo que esse espaço abriga produções associadas ao jornal e reportagens, vídeos e guias feitos exclusivamente pelo portal. Uma parte considerável é também de especiais em homenagens a artistas, tais como Belchior, Renato Aragão, Manoel de Barros e Tom Jobim, uma coleção que por si só daria uma pesquisa à parte.

[66] Algumas edições foram folheadas também em papel, inclusive as escolhidas para esta análise.

Outros anos foram observados em trabalhos pontuais, sobretudo aqueles da série "Peleja da água", realizada pelo jornal desde 2010 e os especiais que receberam distinção em reportagens ou prêmios. Alguns deles foram lembrados ao longo da tese. Para a análise pragmática foi selecionada a reportagem "A seca que matou os peixes" cuja escolha se deve ao estilo marcante dos especiais produzidos nos últimos 10 anos. A redação foi visitada em 20 de maio de 2019, quando foi entrevistado o diretor executivo do Núcleo de Design Editorial, Gil Dicelli e, em 21 de maio de 2019, o repórter especial Demitri Túlio. Na próxima seção, a reportagem escolhida sob a leitura da matriz metodológica.

II - Identificação da reportagem

Reportagem 1	**Dados gerais**
Data	30/08/2016
Veículo	*O Povo*
Link	https://digital.opovo.com.br/asecaquematouospeixes (caderno) https://especiais.opovo.com.br/amortedospeixes/ (hotsite)
Local	Fortaleza - CE
Título	A seca que matou os peixes
Tema	Seca no sertão
Gênero	Projeto especial de grande reportagem
Formato	Impresso e multimídia (web e *mobile*)
Expediente	**Coordenação e edição** Fátima Sudário **Concepção gráfica e edição de arte** Gil Dicelli **Infográfico e ilustrações** Pedro Turano **Tratamento de imagens** Robson Pires **Editora-executiva de audiência e edição digital** Juliana Matos Brito **Núcleo de audiovisual - editor de conteúdo - roteiro e direção** Émerson Maranhão **Entrevistas, textos e imagens adicionais** Demitri Túlio **Fotografia** Fábio Lima **Edição de vídeo** Renato Ferreira **Finalização** P.H. Diaz **Animação** Henrique Silvério **Editor de Produção - Pós-produção** Germano Gomes
Editoria	Especial
Periodicidade	Série anual sobre o sertão
Páginas	12
Número de caracteres	Formato impresso e digital do corpo de texto, aproximadamente 39.158 (com espaços).
Fonte	www.opovo.com.br e edição impressa.
Descrição do conteúdo	Reportagem sobre a diminuição dos peixes nos açudes do Ceará. O repórter percorreu mais de 3 mil quilômetros de carro com o fotógrafo Fábio Lima. O texto apresenta histórias de pescadores e empresários da pesca e muito dados sobre o regime hídrico e a piscosidade dos açudes. A narrativa é bastante fragmentada e diversifica o conteúdo com entrevistas pergunta-resposta e janelas informativas.

Figura 94 – leiautes do impresso, “A seca que matou os peixes”, *O Povo*, (30/08/2016)


RUMO AO NORTE
ÚLTIMO AÇUDE
O CAPIM VAI VALER OURO


O SUMIÇO DAS PEIXES


RASTRO DA MORTE
NA ARCA, FÁBRICA DE ÁRCO QUASE PARADA
DIGNIDADE DO RIO


LIMITE DO OXIGÊNIO
REPEIXAR OS AÇUDES

Fonte: www.opovo.com.br.

Figura 95 – imagem de abertura da reportagem em suporte digital

Fonte: www.opovo.com.br.

Figura 96 – imagem em destaque da reportagem em suporte digital, “A seca que matou os peixes”, *O Povo*, (30/08/2016)

Os "mares" secos

Tão assustador quanto a volta quase total das ruínas da velha Jaguaribara, inundada num repentino "dilúvio" de 40 dias de chuvas que encheu (de uma vez) o Castanhão em 2004, é testemunhar submergir a Caatinga que não deu tempo desmatar. A floresta das árvores mortas, mas ainda em pé, reapareceu no insustentável pico da seca desses cinco anos encarrilhados no Semiárido cearense.

O "mar" que existia no Castanhão já não é mais. E com o fim das águas, o finito também para os cardumes no mais ostentoso açude do Nordeste.

A possibilidade de 2017 atravessar o sexto ano seguido de seca, segundo prognóstico da Fundação Cearense de Meteorologia e Recursos Hídricos (Funceme), apavora. Não por um motivo, mas, entre os mais esgaçados, o esgotamento até dos "mares" dos sertões feito o Castanhão, o Orós, o Banabuiú, o Pedras Brancas, o Araras, o Pentecoste e outros que estão na risca do volume morto ou se aproximando dele.

O POVO, na discussão incansável sobre as relações de convivência do habitante do Semiárido com a seca, regressa à Caatinga para reverberar, agora, a extinção dos peixes nas barragens construídas pelo Dnocs e as do Governo estadual. Um golpe de morte na economia dos municípios e na segurança alimentar de milhares de famílias que vivem da pesca extrativista ou da piscicultura.

Algumas secas, para exortar Capistrano de Abreu num grifo do economista Cláudio Ferreira Lima, foram "uma grande rasoira, que em poucos meses, desbaratou fortunas". Estamos novamente nessa encruzilhada.

OPOVO online — A SECA QUE MATOU OS PEIXES

Multiplicação da morte

Por Gil Dicelli

No semiárido nordestino, a morte flutua em poças que teimam debaixo do sol. Nas águas onde ainda se pode afundar, a vida recava, salta e mergulha. A falta de oxigênio dos peixes é também a sede dos homens. E o que era ícone do milagre da fartura agora é indício do padecer.

Visualmente, o habitat da reportagem é pensado em páginas duplas que contam uma história com começo, meio e fim. Do nascimento do peixe, sua reprodução, à resistência do cardume e, na página final, à morte.

A tipografia dos títulos parece sumir, mas deixa seu rastro de lama. Colunas de textos reagem a cada imersão da silhueta representativa das espécies que sucumbem à quentura: tilápia, tucunaré, pirarucu, sardinha, piau, pacu, curimatã, tambaqui.

Todos os elementos gráficos se debatem na imensidão da estiagem branca do papel. Multiplica-se a morte. Multiplicam-se as esperanças.

POVO online — A SECA QUE MATOU OS PEIXES

O fim dos peixes

Os anos seguidos de seca no Nordeste decretaram o declínio de 75,93% da produção oriunda da pesca artesanal nos principais açudes de água doce do semiárido cearense. Despencou de 2.725,700 toneladas, pescadas em 2012, para 655.523 quilos do ano passado. Ainda falta computar 2016.

Por Demitri Túlio (textos)
Por Fábio Lima (fotos)

Os dados estão no relatório 01/2016, de julho último, do Departamento Nacional de Obras Contra a Seca (Dnocs) e mapeiam os cardumes dos açudes Castanhão (Alto Santo), Orós (Orós), Banabuiú (Banabuiú), Pedras Brancas (Quixadá), Araras (Varjota),

Fonte: reprodução - https://especiais.opovo.com.br/amortedospeixes/.

III – Análise de parâmetros e indicadores

Quadro 5 – parâmetro: narrativa visual

INDICADORES – versão impressa				
a) Foco	**b) Ação**	**c) Personagem**	**d) Espaço**	**e) Tempo**
Na capa, o leiaute é bastante direto na escolha da ilustração para alertar sobre o problema da mortandade de peixes. Porém, apresenta o foco de maneira sofisticada, compondo as fotos de modo inusitado, recortadas em forma de peixe. Um desenho que se complementa com o título. As duas principais palavras buscam estar representadas na seca em formato de peixes. Ao longo do folhear o foco é difuso. As imagens não mostram o impacto do problema. A ideia da perda dos peixes é construída no todo, com os brancos e a tipografia.	As cenas apresentam o cotidiano de trabalho dos moradores. O barco é bastante presente nas cenas, trazendo unidade por meio da repetição. Como o repórter fotográfico acompanha o trabalho dos personagens, o resultado são imagens espontâneas, com pouco espaço para improvisação. No entanto, no todo do projeto, as cenas das fotos não são protagonistas, são parte das ilustrações; os recortes dão personalidade ao leiaute.	Todos os personagens que aparecem representados nas imagens fazem parte da narrativa, direta ou indiretamente. Poucas imagens recebem legenda que identifiquem a fonte. Apenas na página 4 o texto fala da fonte. Porém, os fios e janelas apontam para os personagens. E a leitura do texto ajuda a entender quem é quem. Os peixes são personagens importantes e foram retratados com destaque.	A composição trabalha o espaço de modo pouco convencional, usando como metáfora o formato dos peixes que têm desaparecido. O movimento dessas ilustrações conduz à narrativa. No entanto, fica deficitária para o leitor uma visão ampla do problema da seca. Nenhuma imagem foi forte o suficiente para demonstrar o drama que o texto denuncia.	A matéria se baseia na comparação entre o tempo da fartura e o tempo da escassez de peixes em consequência da seca. A narrativa visual não evidencia essa diferença. Muito dados são apresentados verbalmente e o gráfico mais importante, que mostra a produção da queda de peixes, foi para um pé de página par, teoricamente o espaço menos visto do jornal.
Pontuação: 3	3	3	2,5	1
INDICADORES – versão digital				
A primeira rolagem da matéria não apresenta impacto visual considerável. Abre com a imagem do açude seco, mas não há menção visual aos peixes. Não há o mesmo rigor narrativo em relação ao impresso.	Apesar de não seguir a mesma identidade na web, a reportagem apresenta mais cenas porque há um número muito maior de fotos na galeria e ainda no vídeo.	Os personagens estão bem conectados à narrativa. Há legendas identificando as fotos. As imagens apresentam pouca força expressiva ao longo do texto. Já na galeria, entende-se melhor como vivem.	O formato digital favoreceu o reconhecimento dos locais por onde a reportagem passou. As fotos sem recortes mostram com mais amplitude o cenário.	Assim como no impresso, o formato on-line não buscou mostrar visualmente as mudanças no tempo. Mas apresenta fotografias de impacto, como o barco encalhado no açude.
Pontuação 1	3	2,5	3	2
Pontuação geral: Impresso: 12,5 / Digital: 11,5 / Global: 24 – **Total: 2,4**				

Quadro 6 – parâmetro: edição visual

INDICADORES – versão impressa			
a) Forma	**b) Multimidialidade**	**c) Interatividade**	**d) Autoria**
A reportagem tem o espaço privilegiado de um caderno especial sem anúncios. Os leiautes foram organizados em páginas duplas. O texto é bastante fragmentado, cada página inicia um assunto novo dentro da temática. O trabalho de edição deu destaque às partes iniciais de cada texto e espalhou como janelas aleatórias dados e informações complementares aos textos.	Nos cadernos temos 13 fotos-ilustração, 1 infográfico, 1 ícone, dois gráficos de barras e uma tabela. Na página 2, o caderno chama o leitor a ver os "desdobramentos na Internet". No entanto, a chamada subestima o potencial do material web, destacando apenas o webdocumentário, e não menciona as inúmeras fotos da galeria.	O caderno deixa abertos canais de comunicação com o público. O repórter e editor de design editorial disponibilizam seus contatos.	Há um Expediente extenso no caderno, dividido em três partes: impresso; *hotsite* e audiovisual. Ao todo, 22 pessoas estiveram envolvidas no projeto.
Pontuação 2	2,5	3	3
INDICADORES – versão digital			
Segue a mesma organização do caderno impresso, porém a edição incluiu legendas para as fotos ao longo do texto. Algumas janelas que apareciam espalhadas no caderno impresso foram utilizadas como informações "saiba mais" ao final dos textos, sem qualquer destaque. A edição do digital não teve o mesmo rigor estético que o impresso. Inclusive manteve o editorial gráfico, mais adequado ao impresso.	O pacote é composto por textos, fotos e um vídeo batizado pelos produtores como webdocumentário. Mas os recursos visuais não estão bem integrados na narrativa. As 60 fotos que compõem a galeria usam a mesma legenda. Elas ajudam a ambientar o texto, mas são redundantes, algumas poderiam ser suprimidas. O vídeo (11'22") é homônimo da reportagem e funciona de forma independente, fazendo um resumo da história, ouvindo os moradores afetados. O tom da narrativa é diferente do texto da reportagem, é mais alarmante e emocional na visualidade, no recorte das falas e na escolha fúnebre e melancólica do som. O vídeo foi o que melhor comunicou o drama, com imagens dos açudes, dos moradores e da lida do dia a dia.	Não há recursos no interior da narrativa que promovam a interatividade, tais como jogos ou banco de dados para buscas. É bem organizado, mas não oferece o contato direto com ninguém da produção. Os canais em redes sociais do jornal ficam disponíveis aos leitores para comentários e compartilhamentos.	No site, a divisão do Expediente se dá em duas partes: Redação e Tecnologia. Descreve as mesmas equipes do impresso, sendo que a redação incorpora o vídeo.
Pontuação 2	2,5	2	3
Pontuação geral da análise: Impresso: 10,5 / Digital: 9,5 / Global: 20 – **Total: 2,5**			

Quadro 7 – parâmetros: design e visibilidade

INDICADORES – versão impressa			
Parâmetro – design			
a) Sintaxe Visual	**b) Legibilidade**	**c) Acessibilidade**	**d) Leiaute**
Toda a concepção do design prima por criar relações visuais entre tipografia, arranjo e imagens. A concepção busca certa independência narrativa, tornando a página toda uma imagem. O designer responsável explica essas opções em editorial.	O estilo do caderno permite um uso da tipografia que sugere ilegibilidade. Trata-se de um tratamento sofisticado de construção de discurso visual, no qual a tipografia reproduz "a lama". As imperfeições incomodam o olhar, assim como a realidade da pauta. Aqui a ilegibilidade é narrativa.	A diagramação deste caderno apresenta os títulos na vertical e os textos irregulares, com a diferenciação do tamanho e estilo das fontes, criando blocos fragmentados em toda a narrativa. As formas geram certo desconforto, que pode comprometer a acessibilidade para leitores acostumados a narrativas mais tradicionais.	O leiaute é ousado, com uso do branco e recortes simbólicos nas fotos. O arranjo sugere o movimento dos peixes. No formato *standard,* a escolha gera impacto e curiosidade. O texto carrega em números que não foram valorizados nos gráficos – um ponto visual da narrativa que merecia mais destaque.
Pontuação 3	3	2,5	2,5
INDICADORES – versão digital			
No site, há grande diferença estética, pois não foi empregado o mesmo rigor de design que no projeto impresso. As fotos não foram enquadradas como ilustrações e o desenho da capa foi suprimido. A sintaxe é alcançada com o encadeamento preciso das fotos na leitura linear (ver Leiaute).	O projeto traz conforto e é bem organizado. A única ilegibilidade encontrada foi no uso dos infográficos e gráficos. Mesmo com o recurso de aumentar a imagem, as letras mais miúdas ficam ilegíveis. A mera transposição do leiaute do impresso para o digital causa uma inadequação e necessitaria de um projeto narrativo próprio.	A navegação é bem organizada, o infográfico é o item menos acessível pelo formato estanque e com letras miúdas. Não há ferramentas de acessibilidade para portadores de necessidades especiais.	Dividido em cinco capítulos, uma galeria e dois vídeos, o leiaute se organiza em rolagem linear de acesso direto a todo o conteúdo. Oferece um menu sempre acessível pela camada fixa do topo da rolagem. A organização do leiaute é bem clara e as fotos se valorizam pelo encaixe próximo ao texto e as legendas. O site não conserva o caráter desconstruído do leiaute do impresso, o planejamento poderia dar mais tempo para o rigor na construção da narrativa digital.
Pontuação 2	2,5	2,5	2,5

INDICADORES – versão impressa			
(cont.) Parâmetro – design		**Parâmetro - visibilidade**	
e) Adaptação	**f) Criatividade**	**a) Distribuição**	**b) Memória**
O leiaute do impresso é sofisticado e gera certas dificuldades de adaptação para a edição digital. No PDF a leitura do leiaute é trabalhosa, pela irregularidade de disposição dos textos. Mas o sistema de leitura do leiaute impresso é satisfatório e se adapta para leitura em laptop, *tablet* e celular.	O esforço criativo é bem marcado nesse projeto. Os autores buscam sair do lugar-comum na representação gráfica de um drama. As fotos não revelaram imagens marcantes por si só, mas o design as valoriza, criando um discurso gráfico.	O jornal *O Povo* registrou, em dezembro de 2016, tiragem de 15.496 exemplares (IVC, 2017). O jornal fica disponível também para assinantes, no portal. O caderno está disponível para leitura livre no arquivo.	O jornal tem a memória dos especiais da última década bem organizados na internet, de 2012 aos dias atuais, com um sistema para folhear em diversos tamanhos. Porém, os exemplares impressos não são disponibilizados pelo jornal. É preciso a consulta aos acervos públicos. Em 2019, o jornal produziu um livro que menciona esse caderno como parte da série "A Peleja da água".
Pontuação 2,5	3	3	3
INDICADORES – versão digital			
O leiaute se adaptou bem a todos os formatos testados: celular, *tablet* e laptop. A melhor leitura ocorreu no *tablet*, pela adequação do tamanho das letras. Nos outros suportes as letras ficaram pequenas. O infográfico, já mencionado, poderia ser mais adaptável.	O projeto previu a transposição do material do impresso para o digital sem maiores esforços editoriais de criação. Retira a carga simbólica do design, suprimindo as fotos em formato de peixe, perdendo em unidade de identidade e não aproveita a infografia.	A forma de visibilizar, por ser um caderno de 2016, é manter na memória o link de Especiais. O projeto tem botão de compartilhamento com o *Twitter*, *WhatsApp*, *Facebook* e *Pinterest*.	Os especiais estão organizados por ano de publicação, de 2012 até os dias atuais. A acessibilidade é eficiente para o manuseio em todas as plataformas. Há visibilidade para o menu na capa do portal www.opovo.com.br, em ordem cronológica.
Pontuação 2,5	1	3	3
Pontuação geral: Impresso: 16,5 / Digital: 13 / Global: 29,5 – **Total: 2,4**		**Pontuação geral**: Impresso: 6 / Digital: 6 / Global: 12 – **Total: 3**	
Pontuação geral da análise: 2,7			

III – Discussão dos resultados

Pela capa, o caderno "A seca que matou os peixes" apresenta um visual arrojado, que utiliza o branco e uma ilustração de página inteira, compondo uma capa-cartaz. O leitor ambienta-se a um modo de expressão caro ao design contemporâneo, com recortes, camadas e misturas de estilos. O conjunto gráfico do caderno impresso é um bom exemplo das ousadias que a matriz digital proporcionou nesta década. No caso de *O Povo*, a fragmentação do texto e o uso de fotos em arranjos inusitados são marcas construídas que podem determinar mudanças no padrão de texto e edição, assim como o processo de aculturação dos próprios leitores para a aceitação dos recortes, fragmentos, da tipografia ilustrativa e das colunas irregulares.

Esse exemplo demonstra a valorização que o veículo destina ao fazer visual, já que o design opera como narrador, em uma interpretação própria do jornalista visual, Gil Dicelli, integrante de todos os projetos gráficos de especiais de grande reportagem dos anos observados na pesquisa. No editorial gráfico, pontua seu papel de narrador: "Visualmente, o habitat da reportagem é pensado em páginas duplas que contam uma história com começo, meio e fim. Do nascimento do peixe, sua reprodução, à resistência do cardume e, na página final, à morte" (DICELLI, 2016, p. 2). A explicação demonstra o que a análise apontou: há um esforço criativo em tornar o design informativo, e não um organizador de peças ilustrativas na página.

Uma característica marcante na visualidade desse caderno é a ilegibilidade como elemento informativo. Muitas escolhas dos editores não cabem nos manuais de linguagem visual mais tradicionais. O arranjo das janelas e a disposição dos títulos causam estranhamento e um excesso de elementos. Um caos organizado, pois cada um foi disciplinadamente pensado pra aparecer indisciplinado. Do ponto de vista da narrativa visual, o leiaute cria sua história, mas ofusca o que é evidente na reportagem, justamente o drama da seca e a diminuição dos peixes. É preciso um esforço interpretativo para entender a mensagem. Os dados referentes ao tema são alarmantes e poderiam ser valorizados visualmente. O impacto do leiaute torna-se mais poético do que informativo nessa proposta, pois o ponto de vista do narrador visual é dar informações sutis com as formas. "Todos os elementos gráficos se debatem na imensidão da estiagem branca do papel" (DICELLI, 2016, p. 2).

Figura 97 – gráfico da diminuição do pescado

Fonte: www.opovo.com.br.

Esses aspectos fazem deste um estilo de jornalismo visual interpretativo, no qual o todo da página se traduz em imagem dotada de uma sintaxe bastante intrincada, fruto de planejamento, pesquisa e sensibilidade. Uma ponderação para esse estilo é a atenção ao foco da narrativa. O leiaute expressa satisfatoriamente a falta de água e peixe? O drama é apresentado de modo sutil e sofisticado, se afastando da narrativa alarmante que a reportagem denuncia, em uma espécie de suavização do fato.

Essa constatação fica evidente quando assistimos ao vídeo integrante do pacote digital. Os personagens andam pela parte seca dos açudes e as imagens dão a melhor visão da amplitude do problema. Repórter e fotógrafo foram parceiros na captação das imagens e sons e assinam juntos a fotografia do vídeo. A multimidialidade da reportagem não é bem resolvida, percebe-se a transposição do conteúdo com poucas adaptações para a linguagem digital, causando um empobrecimento visual do todo narrativo. O elemento que mais evidencia a falta de um pensamento para a narrativa visual digital é a reprodução do infográfico feito para a página impressa. O projeto poderia aproveitar as belas ilustrações dos peixes em um projeto específico para web, com elementos animados, por exemplo. Em vários indicadores o suporte digital mostrou-se problemático: legibilidade, adaptabilidade, acessibilidade e criatividade.

O design não acompanha a sofisticação e o rigor do caderno impresso, apresentando as fotos sem recortes e sem o exercício criativo que o novo formato proporciona. Porém, o encadeamento linear favorece a leitura da narrativa e gera maior associação das imagens com o texto, visto que no impresso as imagens aparecem sem legendas. É necessário ler o texto para relacionar as imagens, um exercício facilitado no digital com as imagens identificadas.

Figura 98 – imagens com legendas no leiaute digital

Fonte: www.opovo.com.br

Isso ocorre porque, no digital, a diagramação linear é tradicional e, no caderno, desconstruída. Esse projeto foi desenvolvido por equipes diferentes e isso se evidencia na forma compartimentada em que formatam o expediente, dividindo-o em três partes. Há uma espécie de necessidade de demarcar a autoria em cada suporte. Essa dinâmica desfavorece a conexão entre os produtos do pacote. Fica claro um descompasso típico de formatos em desenvolvimento do período de adaptação a novas linguagens apontado por Santaella (2007). Gil Dicelli, diretor executivo de Design Editorial do jornal, explica, em entrevista à autora, que ainda está aprendendo com o digital. "A gente ainda está engatinhando, está tentando buscar qual é a linguagem. Porque a gente é bicho do impresso. Está todo mundo tateando um pouco nisso, porque ferramentas têm muitas, agora, quais são aquelas que realmente funcionam?". O repórter Demitri Túlio demanda a existência de um editor visual para a narrativa digital. "Eu preciso desse criador do impresso, mas eu preciso do criador do on-line. Eu não posso só transportar, literalmente, o que está daqui pra lá", explicou em entrevista, acrescentando que falta estrutura para a contratação de profissionais nessa função. Demitri explica como um repórter precisa pensar visualmente para preparar material multimídia na apuração. "Estou entrevistando aqui, mas já estou editando na cabeça o que é que eu vou perguntar pra um vídeo de um minuto, ou o que é que vai ser essencial para o webdoc. Quando chegar na redação, vou ter um roteiro na cabeça pra dizer pro editor de vídeo." O repórter considera que se trata de uma competência que se tornou automática.

O vídeo se destaca como uma peça de empatia. Assim como em outras reportagens mencionadas, a narrativa audiovisual aproxima o drama dos personagens e o espaço da história. A edição busca uma estética mais documental do que televisiva. Isso significa evitar as marcas do narrador em falas, imagens e textos, concentrando a construção na montagem dos depoimentos. Os produtores ora batizam de webdocumentário, ora de documentário.

A pontuação geral dos parâmetros mostra que ambos os suportes apresentam uso notável dos recursos visuais para a narrativa. Embora não tenham alcançado a excelência, todos os parâmetros revelaram pontuação acima de 2 e pontuação geral de 2,7. O único parâmetro a conseguir excelência foi o de visibilidade. Dado o tempo em que o caderno foi publicado – há mais de três anos – podem ser considerados eficientes: o acesso, a reprodução e o compartilhamento do conteúdo da grande reportagem. Além disso, não apresenta falhas de visualização e adaptabilidade, exceto o infográfico.

O projeto apresenta um visual arrojado no impresso e estanque no digital. Em 2016, muitos jornais ainda não haviam investido no setor da criação digital. Vale lembrar que o "*Snow fall*" é de 2012. Nessa época, *O Povo* começa a disponibilizar no site os especiais multimídia aos moldes do que descreve Longhi (2014). Em dezembro de 2015, "Iracema – 150 anos"[68] já apresentava um sistema de diagramação mais próximo do "*Snow fall*", com o conteúdo acessado em única rolagem linear, ou em capítulos, pelo menu. Esse é o formato hegemônico da grande reportagem contemporânea, um sistema parecido com a postagem dos blogs.

Nesse contexto de mudança de plataforma, a equipe apresenta condições de produção em adaptação, o que poderia justificar a falta de rigor na edição digital. Embora já tenham uma ferramenta capaz de mais liberdade de criação, os processos editoriais obedecem ao padrão do impresso, no qual o esforço criativo é intenso, diferente da fase de experimentação e aprendizagem com a plataforma digital. Gil Dicelli observa o cenário de mudanças com cautela e busca evitar uma empolgação excessiva. "Passei pela entrada dos computadores na redação e vi que foi uma grande caixa de lápis de cor que caiu. As pessoas faziam de tudo graficamente, loucas". O profissional lembra que a infografia foi uma vítima do excesso de experimentação, sem resultados expressivos. "Tinha todos os recursos de animação e chegava o momento que você não entendia a história. Era tanta coisa acontecendo no infográfico animado, e hoje não precisa disso".

[68] Disponível em: https://especiais.opovo.com.br/iracema150anos/. Acesso em 15 dez. 2019.

8.2.2 Jornal *Estado de Minas* (MG)

I – Identificação do contexto de produção

Conhecido como o grande jornal dos mineiros, o *Estado de Minas* é um periódico clássico da capital, Belo Horizonte. Fundando em 1928, completou 90 anos em circulação em 2018. Em 1929 passou a fazer parte dos *Diários Associados*, fundado por Assis Chateubriand, o mesmo da revista *O Cruzeiro.* A excelência gráfica do periódico foi reconhecida em diversas oportunidades: entre 1999 e 2019, a *Society of News Design* havia premiado o jornal 46 vezes em diversas modalidades. Julio Moreira, um dos responsáveis pela concepção gráfica, ao receber dois prêmios de capa, declarou acreditar no esforço diário da inovação. "Com um trabalho diferenciado, o *EM* [*Estado de Minas*] tem sempre alcançado reconhecimento nacional e internacional, adotando a prática de sempre surpreender o leitor."[69]

A preocupação com a modernização gráfica e a excelência visual é uma marca do *Estado de Minas*. Em 1954 adotou o formato atual, *standard*, e adquiriu uma rotativa capaz de publicar 60 mil exemplares por hora. Na década de 1960, utilizou o serviço de radiofoto publicando, junto às notícias, fotografias locais e internacionais (FERREIRA, 2019, on-line). A chegada do *offset* ocorreu em 1979, mas a primeira foto colorida só foi impressa na capa em 20 de março de 1988, quando o parque gráfico foi modernizado. A informatização da redação é de 1993 e o sistema de editoração eletrônica foi implantado em uma reforma em 1995 (DRUMMOND, 2018, on-line; FERREIRA, 2019, on-line).

Nos anos 2000, várias reformas criaram cadernos e deram ao jornal um visual moderno. O estilo tornou-se mais descontraído, permitindo sintaxes visuais na capa com estilo de revista. O jornal passou a seguir a linha gráfica inaugurada pelo *Jornal da Tarde,* com títulos sugestivos e ensaios visuais. O *Correio Brasiliense* posteriormente seguirá essa linha gráfica, tornando-se referência para a imprensa brasileira. O *Estado de Minas* apresenta-se como um legítimo representante desse estilo. Na figura 99, as capas premiadas pela SND, em 2019.

---

[69] Declaração oral. Primeiras páginas do jornal *Estado de Minas* premiadas em concurso da SND, considerado o Oscar do design. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2019/03/14/interna_nacional,1037955/estado-de-minas-ganha-dois-premios-snd-o-oscar-do-design.shtml.

Figura 99 – capas premiadas pela *Society of News Design* (SND), *Estado de Minas* (2019)

Fonte: Reprodução www.em.com.br.

Na internet, as operações foram iniciadas em setembro de 1995, com a disponibilização do conteúdo do impresso. Em 1997 lançou o *Portal Uai*, também provedor de internet, que em três anos tornou-se líder em audiência, figurando entre os 10 maiores do Brasil. Nas eleições de 2018, chegou a "126 milhões de visualizações de páginas, geradas por um público de mais de 12 milhões de pessoas", segundo o jornal[70]. No site, os assinantes únicos eram 31.875 em outubro de 2019; a tiragem, de 16.409 mil exemplares, mesmo baixa, figura na lista dos maiores jornais do país, elaborada pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC). A disputa pela audiência em Belo Horizonte é grande, pois na capital mineira o jornal popular *Super Notícia* coloca à venda 140.387 exemplares no mesmo período, sendo o maior impresso em circulação no país fora do eixo Rio-São Paulo.

Para entender a produção atual do jornal, foram analisadas as grandes reportagens produzidas nos anos de 2016, 2017, 2018 e até novembro de 2019. A produção diminuiu ao longo desses anos e há uma propensão do veículo a trabalhar com vídeos. Em 2019, apenas uma grande reportagem estava listada no link de Especiais do veículo, "Vozes de Brumadinho", e consiste em depoimentos em vídeo e texto extraídos das conversas com os parentes das

[70] "Portal Uai bate recorde de audiência". Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2018/11/13/interna_gerais,1005318/portal-uai-bate-recorde-de-audiencia.shtml. Acesso em 12 nov. 2019.

vítimas do rompimento criminoso da barragem, que matou 251 pessoas. Os repórteres se inspiraram na prosa da jornalista e escritora russa Prêmio Nobel de Literatura, Svetlana Aleksiévitch, para narrar as histórias. O material é, tristemente, um desdobramento de outra reportagem, "Vozes de Mariana", especial produzido em dezembro de 2015, um mês após a tragédia do rompimento da barragem do córrego Feijão, outro crime que vitimou 19 pessoas. A repetição de um drama em proporções maiores fez a equipe usar a mesma linguagem visual. Os demais materiais disponibilizados no link *Especiais* são reportagens mais elaboradas ou experimentações visuais, porém, para configurarem-se como grandes reportagens seria necessário mais conteúdo. Alguns exemplos são as reportagens "Pablo Neruda e outras imagens inéditas de um 'fotógrafo vagabundo'"[71] e "Livro narra o violento fim do Arraial do Curral del Rei e a criação de BH"[72].

Na estrutura organizacional do jornal, a editoria de multimídia é responsável por projetos longos e do dia a dia. O jornalista Rafael Alves[73] é um profissional sempre presente nos expedientes das grandes reportagens, assinando a editoria dos textos. Sua experiência de 19 anos na redação, onde começou e de onde nunca saiu, foi forjada em praticamente todas as editorias do jornal, principalmente no fechamento de capa. "A vantagem disso é que dentro de uma redação você aprende a organizar o processo produtivo, o que tá sendo muito útil agora. Dá uma visão geral da sua estrutura e do que fazer, e também do que é mais sensível, uma coisa ou a outra", opinou em entrevista à autora. Na intermediação entre a redação e o trabalho no Núcleo Multimídia, desenvolveu habilidades de buscar formatos para o digital. "O meu processo até chegar nessa parte do núcleo facilitou um pouco por essa convivência com a redação, de saber os métodos de produção e sempre [estar] preocupado em adaptar a vários formatos o conteúdo."

Uma atenção especial ao vídeo é uma característica das grandes reportagens do *Estado de Minas*. Nessa segunda metade da década, os materiais utilizam uma linguagem de influência cinematográfica. O jornalista Fred Botrell[74] é o principal nome do jornal na edição e fotografia de vídeos. Junto com Rafael, pensa formatos e opera em equipe em um sistema de colaboração e pré-produção alinhados. "Esse planejamento parte de um princípio que é criativo, não é à toa que aquelas pessoas tão ali no meio. Aquilo significa, aquilo a gente tá falando de um lugar de

---

[71] Disponível em http://especiais.em.com.br/sergio-larrain-fotos-ocruzeiro. Acesso em 12/11/2019.
[72] Disponível em https://www.em.com.br/app/noticia/pensar/2019/11/08/interna_pensar,1099299/livro-narra-violento-fim-do-arraial-do-curral-del-rei-e-criacao-de-bh.shtml Acesso em 12 nov. 2019.
[73] Entrevista concedida à autora em 30/09/2019, na sede do jornal Estado de Minas, em Belo Horizonte (MG). Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte.
[74] Entrevista concedida à autora em 30/09/2019, na sede do jornal Estado de Minas, em Belo Horizonte (MG). Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte.

fala, de uma centralidade de fala daquele personagem." A referência é a reportagem "Vozes de Mariana", de 2015, na qual cada entrevista teve uma hora de material bruto. Botrell explica o processo mais rigoroso de busca de sentidos. "Não é um troço que você chega lá e faz de qualquer jeito. A gente estudou as locações, tinha que ser aquele cenário. Aquele cenário significa." Rafael Alves, assim como Botrell, demonstra a preocupação em desenvolver uma linguagem diferenciada para um jornal que produz vídeos, afastando-se do estilo televisivo. "O que a gente não quer fazer é jornalismo de televisão, uma reportagem de TV na nossa produção de conteúdo. A gente quer fazer alguma coisa diferente".

Para Botrell, "Vozes de Mariana"[75], mostrou possibilidades narrativas e de integração do impresso com o multimídia e afirmou a produção audiovisual como habilidade básica para a vida dos jornais. "Hoje a gente vê o vídeo como um elemento fundamental da transformação digital que o jornal atravessa. Uma transformação de redesenho de negócio. É um novo modelo que está em jogo a partir da receita do consumidor." O *Estado de Minas* é o único jornal da pesquisa que envia um responsável pelo vídeo em suas coberturas. Nos demais, o fotógrafo desenvolve as duas funções, durante as viagens, o que acaba gerando um resultado mais automatizado. Rafael Alves cita o especial "Travessia" como um lugar de experimentação na produção multimídia. A reportagem foi a escolhida para análise visual desta seção da tese justamente por representar a equipe em busca de linguagens complementares. Como as produções esbarram em limitações tecnológicas e na falta de estrutura da redação para projetos que exigem desenvolvedores, os profissionais buscam, então, parceiras e *softwares* livres que possam abarcá-los. A reportagem "Montanhas de histórias"[76] utiliza o sistema *Story Map JS*, que, a partir de um mapa, leva o leitor a vídeos e textos sobre algumas regiões de Minas. Alves explica o processo e a intenção: um sistema dinâmico que pode ser alimentado em diferentes épocas.

Atualmente, o foco da rotina de produção está mudando no jornal, com prioridade para a produção digital, porque é onde o leitor está. O redesenho da redação do *Estado de Minas* prevê o trabalho dos profissionais do jornal impresso no período da noite, aproveitando o que foi produzido para o on-line ao longo do dia. Rafael Alves acredita na necessidade de uma aculturação da redação para pensar multimídia: "Vamos tentar integrar mais grupos do jornal que não estão participando tanto dessa mudança digital, porque um grande desafio é mostrar que o núcleo não é um espaço de nós dois e uma equipe de três pessoas trabalhando. Ele é pra

[75] Disponível em: https://www.em.com.br/vozes-de-brumadinho/. Acesso em 12 nov. 2019.
[76] Disponível em: https://www.em.com.br/especiais/montanhas-de-historias/. Acesso em 12 nov. 2019.

todo mundo". Ele cita o projeto "Travessia" como a grande reportagem que ajudou a construir a metodologia de trabalho com especiais. A seguir, a análise da reportagem na matriz metodológica.

II - Identificação da reportagem

Reportagem 2	Dados gerais
Data	06/03/2016
Veículo	*Estado de Minas*
Link	http://especiais.em.com.br/travessia
Local	Belo Horizonte - MG
Título	Travessia
Tema	A sexualidade no Sertão de Guimarães Rosa
Gênero	Grande reportagem
Formato	Impresso (*standard*) e multimídia (web e *mobile*)
Expediente	**Textos:** Gustavo Werneck **Fotos:** Alexandre Guzanshe **Vídeo:** Fred Bottrel **Edição de textos:** Rafael Alves **Edição de vídeos e áudios:** Fred Bottrel **Ilustrações:** Marcelo Lelis **Infográficos:** Soraia Piva **Motorista:** Fernando Ragazzi **Editor de fotografia:** Sidney Lopes **Editora-executiva:** Renata Neves **Diretor de redação:** Carlos Marcelo Carvalho **Edição de arte**: Álvaro Duarte
Editoria	Especial
Periodicidade	---
Páginas	8 (impresso)
Número de caracteres	Formato impresso do corpo de texto: 35.079 (com espaços) e no digital aproximadamente 38.079.
Fonte	http://especiais.em.com.br/travessia
Descrição do conteúdo	Em comemoração aos 60 anos da obra *Grande sertão: veredas*, de Guimarães Rosa, a reportagem refaz os caminhos de inspiração do escritor. Durante uma semana a equipe buscou histórias de "Diadorins" do sertão, personagem do livro e um ícone da literatura brasileira. O tema que permeia a narrativa é a sexualidade no sertão, histórias de cunho íntimo, narradas com olhar empático. A viagem percorreu cerca de 2,5 mil quilômetros em 10 dias.

Figura 100 – leiautes do caderno especial “Travessia”, *Estado de Minas* (06/03/2016)

4 [TRAVESSIA]

O DESABROCHAR DE DÁLIA

[TRAVESSIA] 5

A LUZ DE GENILDO

Admirador da obra de Rosa e cabeleireiro de Bruna Lombardi nas gravações de *Grande sertão* renasceu ao descobrir que é soropositivo, há quase 30 anos

6 [TRAVESSIA]

PABLO ENCONTROU A FELICIDADE

[TRAVESSIA] 7

O SANGUE ESCONDIDO DE KIARA

Fonte: Reprodução http://especiais.em.com.br/travessia.

Figura 101 – leiautes de “Travessia” no suporte digital

Fonte: Reprodução http://especiais.em.com.br/travessia.

Quadro 8 – parâmetro: narrativa visual

INDICADORES – versão impressa				
a) Foco	**b) Ação**	**c) Personagem**	**d) Espaço**	**e) Tempo**
A capa de certo modo traz um mistério para a trama. Um assunto ousado, que brinca com a palavra "travessia" e opta por uma apresentação mais discreta das personagens. O tratamento gráfico é sofisticado, com espaço bastante privilegiado em todo o projeto, gerando uma identidade visual bem definida entre ficção (desenho) e vida real (fotos).	Mesmo trabalhando com perfis, o design gráfico traz elementos do texto para a página, com os desenhos em aquarela. Cada imagem desenhada tem alguma referência no texto. As fotografias (do cotidiano) contrastam com o visual das ilustrações (idealizadas).	Toda a narrativa é alinhavada pelas histórias de personagens da ficção, Diadorim e Riobaldo. Os perfis de pessoas do sertão usam o retrato com alta qualidade técnica e apresentam pessoas comuns, sempre exaltando algum traço característico (vaidade, valentia, timidez).	A narrativa visual apresenta o espaço de vida de alguns personagens, retratando-os em algum afazer ou em seus lares. Mas a principal preocupação é com a figura humana. O uso de uma foto para representar o perfil limita a construção do espaço de vivência. Os desenhos criam um universo ficcional e encantador.	O fato de chamar "Travessia" contempla também a ideia das descobertas de cada personagem no tempo e também da própria equipe, ao encontro deles. O tempo da ficção e da realidade é representado pelas diferenças do desenho e da fotografia.
Pontuação: 2,5	3	3	3	3
INDICADORES – versão digital				
A reportagem valoriza a identidade das "Diadorins" e "Riobaldos" do Sertão. Na web, a imagem dos personagens ganha um foco mais direto, com a edição de várias fotos ao longo da narrativa. A cada rolagem e nova história, as informações visuais e de áudio também se renovam.	Na web, as fotos da reportagem puderam ser utilizadas, trazendo mais informação e gerando o reconhecimento dos personagens. O roteiro visual, organizado linearmente, explora as ações dos personagens, focando nos traços psicológicos mais latentes: o amor à lida no sertão e ao pai, o carinho com os filhos ou a necessidade de se "montar".	As personagens, conforme percebemos no indicador Foco, são o principal elemento visual, porque todas as histórias são perfis que se entrelaçam com a narrativa de *Grande Sertão: veredas*.	As fotografias buscam apresentar os personagens e focam no perfil e no retrato. A maioria dos planos é fechado, buscando uma aproximação com o personagem. Pouco se vê do ambiente do sertão, justificando a escolha do perfil como narrativa.	Todas as histórias falam de transformações ao longo do tempo, mas esse não é um elemento presente no design gráfico ou nas fotografias. O vídeo é mais eficaz em representar o tempo, utilizando imagens em preto e branco na montagem e fusões de Hiago travestida.
Pontuação 3	3	3	3	3
Pontuação geral: Impresso: 14,5 / Digital: 15 / Global: 29,5 – **Total: 2,9**				

Quadro 9 – parâmetro: edição visual

INDICADORES – Versão Impressa			
c) Forma	**d) Multimidialidade**	**c) Interatividade**	**d) Autoria**
Esta é a forma mais privilegiada que a grande reportagem pode ocupar em um impresso: um caderno completo, sem nenhum anúncio. O conteúdo visual é valorizado ao máximo. No projeto gráfico, cada página recebe um perfil e um desenho exclusivo.	No impresso, as linguagens representadas são verbais e visuais, com uma relação pouco usual entre fotografia e aquarela. O visual salta aos olhos, dando uma impressão de relevo. Difícil contabilizar porque os desenhos formam um todo, então contaram-se 7 desenhos em aquarela.	Não há interatividade no caderno, apenas no contexto da edição completa.	Todos os créditos são apresentados no material.
Pontuação 3	3	2	3
INDICADORES – Versão digital			
Publicadas em 8 capítulos com perfis, cada história pode ser acessada tanto via menu à esquerda da página, ou pela rolagem. Conforme o leitor rola a página, as histórias vêm surgindo, sempre separadas por fotos em destaque e com um vídeo para cada personagem. A leitura é linear.	20 fotografias, 1 infográfico (mapa desenhado com montagem), 1 gráfico, 1 mapa e 8 vídeos. Os desenhos são dispostos em 10 pedaços ao longo do leiaute. A edição busca o rigor dos ganchos de cada texto para definir a posição das imagens e vídeos e apresenta conteúdo com poucas repetições de elementos e falas do texto, ampliando a visão do leitor. **Detalhamento dos vídeos**: Os 8 vídeos são produzidos em estilo documental, entre dois e três minutos, buscando uma linguagem cinematográfica nos planos. No primeiro, utiliza-se uma fusão para mostrar a "travessia" de uma personagem travestida. Em outro, uma "Diadorim" da vida real em cima do cavalo. A narrativa visual de Kyara, que foi assassinada, surpreende por usar apenas as falas cobertas por imagens, sem pessoas, com lugares frequentados por ela.	O material pode ser compartilhado, mas não oferece outros canais de comunicação no corpo da reportagem.	Os repórteres e fotojornalistas assinam no corpo da matéria. No expediente, todos os créditos são apresentados. O editor de arte não aparece no Expediente on-line. Os repórteres deixaram seus depoimentos sobre a experiência.
Pontuação 3	3	2	2,5
Pontuação geral: Impresso: 11 / Digital: 10,5 / Global: 21,5 – **Total: 2,6**			

Quadro 10 – parâmetros: design e visibilidade

INDICADORES – versão impressa			
Parâmetro - design			
a) Sintaxe Visual	**b) Legibilidade**	**c) Acessibilidade**	**d) Leiaute**
A equipe trabalhou as sintaxes visuais no todo das páginas. O artista das aquarelas, Marcelo Lelis, cria os desenhos baseado em citações do texto. As fotos e vídeos buscam um fio condutor da narrativa. O uso do espelho cria uma unidade pela repetição. E as aquarelas ambientam o texto, como a penteadeira do cabeleireiro, na página 5.	O projeto tem boa legibilidade em todos elementos. Na leitura do PDF, a tipografia é muito fina, poderia ser mais nítida. Não foi possível verificar no papel impresso.	A diagramação tradicional foi emoldurada pelos desenhos, facilitando a organização e a visualização do conteúdo. Não há versão para pessoas com necessidades especiais.	Os leiautes são tradicionais e assimétricos, ricos em elementos que texturizam a página. O uso de pelo menos uma foto do personagem foi obrigatória, com a composição dos retratos diferenciada entre eles. A frase ao pé da página lembra os textos de Guimarães Rosa em destaque.
Pontuação 3	2,5	2,5	3
INDICADORES – versão digital			
A identidade visual cria um ar menos iluminado do que os desenhos aquarelados do impresso. As buscas de sentidos estão presentes na relação entre as fotos, fruto da edição e planejamento. O espelho usado em várias imagens remete à identidade que cada um defende e é um elemento claramente construído para uma sintaxe, pela repetição do componente visual.	A legibilidade foi completa em todo o projeto web. Com tipografia de leitura fácil e nítida (tipo: Georgia).	O fato de apresentar o conteúdo pela rolagem e também pelo menu suspenso ajuda no acesso e navegação dentro do ambiente da reportagem. Não há versão para pessoas com necessidades especiais. Tem um carregamento rápido.	O leiaute segue o padrão da maioria das grandes reportagens, com uma diagramação linear demarcada por fotografias principais que separam os capítulos. Nessa reportagem, foram incluídas janelas com partes dos depoimentos e fragmentos dos desenhos aquarelados de Marcelo Lelis vão aparecendo nas laterais da rolagem. Os vídeos estão intergrados aos textos, e não aparecem em canal específico.
Pontuação 2	3	2,5	3

INDICADORES – versão impressa			
(cont.) Parâmetro – design		**Parâmetro - visibilidade**	
e) Adaptação	**f) Criatividade**	**a) Distribuição**	**b) Memória**
O material foi analisado a partir de imagens do acervo digital. Adaptou-se bem à leitura em PDF, porém é melhor visualizado em *desktop* e *tablet*, pela visão completa do leiaute.	A equipe buscou valorizar a reportagem e trazer para a narrativa visual as histórias dos personagens com sutileza. O assunto é tabu, mas apresenta uma delicadeza de abordagem, resultado do esforço criativo.	Em 2016, a tiragem do jornal era de 31.401 exemplares (IVC, 2016). Atualmente, o material não está disponível na lista de especiais; é preciso usar buscadores para encontrá-lo. Mas a versão está completa, em PDF, na página do Especial.	A memória do jornal pode ser consultada em acervos públicos, mas o próprio veículo não oferece esse serviço. O setor de documentação é acessível apenas aos funcionários.
Pontuação 2,5	1	1	3
INDICADORES – versão digital			
O leiaute se adaptou bem a todos os formatos testados: celular, *tablet* e *laptop.* As formas de leitura se equivaleram, apresentando excelente adaptação.	A narrativa visual se desenrola com vários elementos, em uma produção complexa envolvendo múltiplas linguagens. A busca de um material surpreendente leva o resultado a um lugar de excelência, mas que necessita de mais integração da identidade visual.	O material pode ser compartilhado diretamente pela página para o *Facebook* e *Twitter*. O número de assinantes era de 33.827 até novembro de 2016 (IVC, 2016).	O material não fica disponível na lista geral, não é organizado por anos e é apenas visível por busca específica. Não reportou nenhum erro de visualização: a íntegra dos dados está conservada na nuvem.
Pontuação 3	2,5	1	2
Pontuação geral: Impresso: 14,5 / Digital: 16 / Global: 30,5 **Total: 2,5**		**Pontuação geral**: Impresso: 4 / Digital: 3 / Global: 7 **Total: 1,75**	
Pontuação geral da análise : 2,6			

III - Discussão dos resultados

Neste trabalho, o universo de Guimarães Rosa, na obra *Grande sertão: veredas*, empresta seu imaginário para o jornalismo. E é na intertextualidade da obra literária com a reportagem que surgem imagens de personagens em diálogo com a obra de Rosa. Na análise dos parâmetros, a narrativa visual obtém avaliações de excelência em ambos os formatos pela construção de uma linha entre os perfis, determinada pelo tema e por recursos visuais que apresentam e aproximam os personagens do leitor.

A busca da equipe por valorizar esse conteúdo foi também um processo de convencimento de setores do jornal. Rafael Alves conta que o trabalho foi difícil, porque a equipe voltou com um material muito rico e então trabalharam a edição de cada parte, criando uma identidade visual. "A partir do momento que a gente definiu a identidade, a gente transcreveu isso pro impresso. O que a gente pode transformar visualmente no impresso que cause um impacto tão grande quanto os depoimentos, que são muito fortes?" A sugestão foi trazer o artista aquarelista Marcelo Lelis, premiado e reconhecido internacionalmente, para o projeto. O profissional já trabalhava no dia a dia da redação e foi incumbido de fazer as ilustrações. Os textos foram entregues com antecedência, para que o artista criasse a partir deles.

Fica bem claro nos resultados da análise que o parâmetro da narrativa visual indica um trabalho e construção da história também pelas imagens e pelo design. A pontuação de excelência (2,9) identifica o duplo processo de valorização do conteúdo e representação pelo visual. As sintaxes percebidas na trama do texto com as imagens estão em pequenos fragmentos. O artista preferiu imagens sutis da vida dos personagens e referencia semelhanças com a obra literária, como a imagem de Luana dialogando com a Diadorim do livro (figura 102). Enquanto a ação ilustrativa idealiza, a fotografia mostra o personagem "real" num jogo no qual a narrativa de não ficção flerta com a literatura.

Nesse exemplo, a reportagem veio pautada de uma editoria de Multimídia e o impresso discutiu os leiautes após a apuração, pelo que conta o editor de textos. Talvez por isso a identidade visual dos suportes se desconecta em algum momento. O visual na web não passa a mesma delicadeza iluminada que vemos nas páginas impressas. A referência é ao clima, ao tom da identidade. O desenho aparece nas laterais, na medida em que o texto e demais conteúdos passam em camadas informativas durante a leitura linear dos perfis. Mas não se usa o mesmo fundo, nem as mesmas tonalidades. As aparições dos desenhos são pontuais no projeto da web. Há uma certa ruptura da linguagem dos dois produtos quando comparados: na web, o

protagonismo é da fotografia e, no impresso, há um trabalho mais entrelaçado entre fotografia e desenho.

Figura 102 - detalhes de “Travessia” na web, *Estado de Minas* (2016)

Antes que o almoço de domingo fique pronto, Luana ainda tem muito para fazer na Fazenda da Sirga ou Capelinha, na zona rural de Três Marias, na Região Central de Minas – a propriedade tem história, pois foi dali, em 1952, que o escritor João Guimarães Rosa (1908-1967), mineiro de Cordisburgo, iniciou a célebre cavalgada para tocar a boiada durante 10 dias pelos sertões das Gerais em direção a Araçaí, perto de Cordisburgo. De bermuda xadrez, cabelo preso, blusa de malha e terço no pescoço, presente do padrinho de batismo, a jovem transpira coragem, determinação, e confessa que não leu *Grande sertão: veredas*, nem ouviu falar em Diadorim, personagem do livro que completa seis décadas de publicação este ano. Mas quando cavalga com firmeza para ajudar a reunir o gado no curral, Luana torna as páginas escritas tão reais que fica difícil separar a palavras de Rosa do cenário iluminado pelo sol e sombreado pelas mangueiras.

sempre retornam nos fins de semana, com acolhimento absoluto dos proprietários. Mas a harmonia nem sempre sorriu para a família. Criada sem a mãe, Luana mostrou cedo que, para namorar, preferia as meninas aos meninos. Em vez das bonecas, gostava mais de jogar bola na quadra da escola. Era diferente das coleguinhas e não escondia de ninguém.

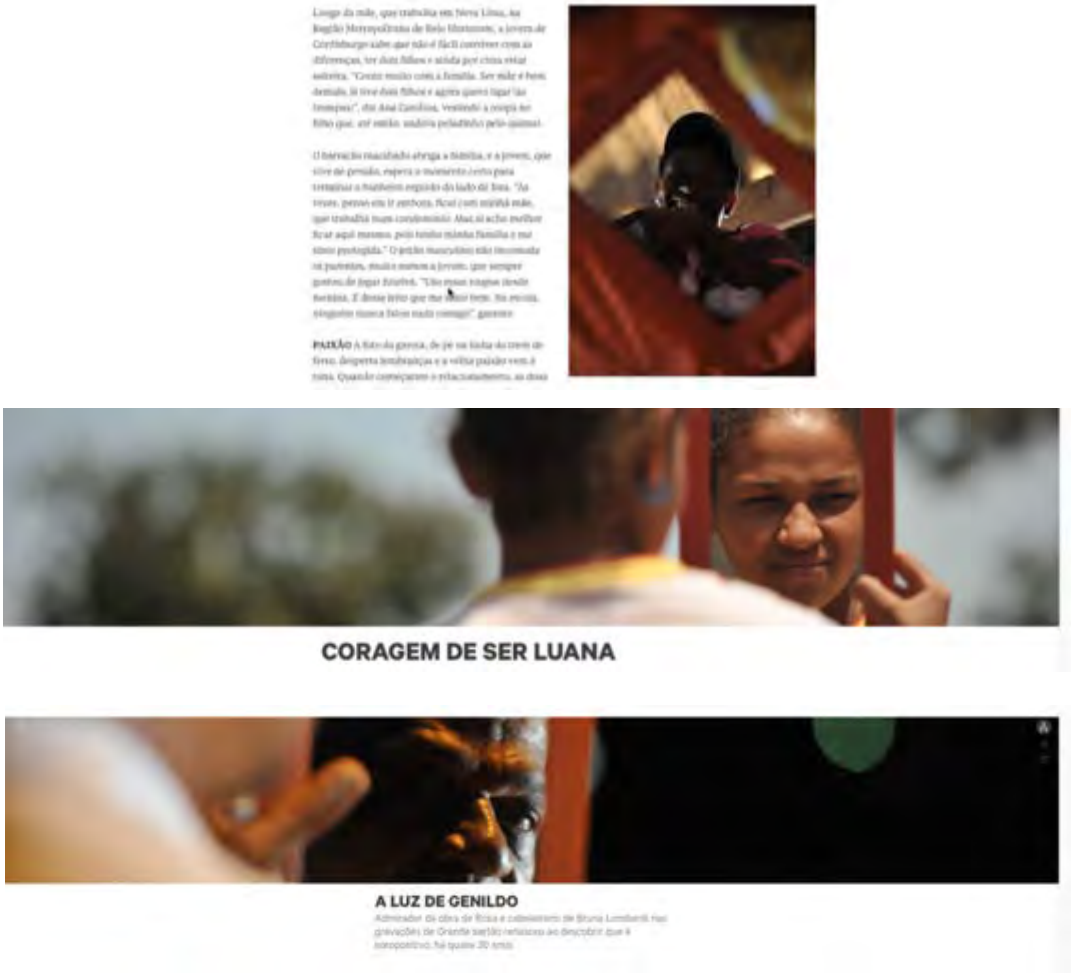
Fonte: Reprodução http://especiais.em.com.br/travessia.

O design mais seco da web funciona como o organizador do conteúdo sem funções mais representativas para a narrativa, diferente do impresso, no qual o design significa até com a tipografia. A sintaxe na narrativa digital é mais sutil e determinada pelas escolhas da captação de imagens. Um claro componente visual é o espelho, que se repete como fio narrativo e dialoga diretamente com a pauta de identidade e gênero. Botrell explica que essa opção fez parte do planejamento, um processo de trabalho que tem uma metodologia para trazer significados. A

busca pela linguagem mais próxima do cinema demanda também da equipe um plano de produção.

Na análise, percebe-se que a construção visual de foto e vídeo conversam diretamente. A ideia do espelho está no vídeo e na foto em uma clara roteirização visual. Botrell confirmou a construção visual consciente e planejada. O conceito do espelho surgiu em uma reunião de chuva de ideias com a equipe. “A gente levou na mala e sempre gravou com todo mundo aquele *take* que é aquela câmera desfocada, jogando da pessoa pro espelho. Porque a gente já sabia que queria alinhavar aquilo de alguma maneira”. O pequeno espelho de borda laranja, clássico da cultura nacional, intenciona conectar os personagens e criar significados pelo visual (figura 103). “A gente está refletindo sobre identidade e a gente sintetizou isso numa imagem que a gente encontra em qualquer lugar que vá”, explica Botrell.

Figura 103 – espelho como elemento da narrativa visual em “Travessia” (2016)




"Vivi uma fase muito turbulenta, encarei e estou aqui feliz da vida. Vi muita gente morrendo"

Fonte: Reprodução http://especiais.em.com.br/travessia.

Em um processo no qual a multimidialidade é a regra, como nas grandes reportagens, o planejamento garante a viabilidade do projeto. É também um tipo de jornalismo de alto custo, com a necessidade de viagem e deslocamento de equipe por vários dias. Há um processo para conseguir o financiamento para grandes reportagens e mesmo para trabalhos mais elaborados do dia a dia. A pré-produção, então, é regra para "vender a matéria". Antes de apresentar qualquer material, a equipe de multimídia já discute o que pode ser feito com as outras frentes de produção, como a infografia, fotografia ou charge. O editor de texto Rafael Alves defende essa metodologia de antecipação de algum material para explicar o projeto: "Você apresenta um resultado. Não apresenta uma ideia porque isso faz muita diferença. Principalmente num jornal grande, as redações estão muito curtas de pessoas e de orçamento." Ao voltar da viagem pelo sertão, Botrell editou o vídeo de abertura do especial e apresentou à redação antes de outros conteúdos. "Em vez de ficar falando sobre os personagens, você mostra os personagens e aí mostra a poesia do Guimarães Rosa alinhavando os personagens. Você fala: 'Esse aqui é o nosso especial'. (...) A gente já ganhou o coração das pessoas quando monta um negócio desse."

A estratégia nesse caso rendeu. A multimidialidade foi bem avaliada, pois a edição evita redundâncias na relação entre os suportes. Quando o texto diz: "Mas quando cavalga com firmeza para ajudar a reunir o gado no curral, Luana torna as páginas escritas tão reais que fica difícil separar a palavras de Rosa do cenário iluminado pelo sol e sombreado pelas mangueiras",

o leitor está familiarizado com ela pelas imagens. No impresso, Luana aparece em grande escala, em cima do cavalo, sorrindo. O texto e as imagens são empáticos. Assim como ocorre com Ana Carolina, personagem cujas imagens refletem uma pessoa alegre e tranquila, com seus filhos. Na fotografia, a equipe contou com o olhar bem treinado para o sertão de Alexandre Guzanshe[77], dedicado a pesquisas nessa região. "Essa reportagem, ela é muito importante para mim, porque já tem uns dois ou três anos me aprofundando no sertão roseano. Como eu trabalho, eu fui várias vezes nesses três anos pensando em construir, pensar uma luz, em traduzir o sertão através das imagens". Ana Carolina foi a primeira entrevistada e, para o repórter fotográfico, foi quando a reportagem antecipou o seu potencial. "Ela abrindo a casa dela, e aquela luz linda entrando dentro da casa, e ela com aquelas duas crianças, acho que ali teve um grande início, uma travessia bonita, nessa reportagem". Na narrativa fotográfica há esse fio condutor das imagens, com a luz do sertão, o espelho e o olhar direto para a câmera dos personagens. Apesar da empolgação e do engajamento com os projetos maiores demonstrados pela equipe, as produções desse tipo diminuíram consideravelmente nesse veículo. Em 2019, apenas "Vozes de Brumadinho" enquadra-se como grande reportagem.

Chama a atenção a perenidade do material, já que mesmo quatro anos depois de publicado, todos os elementos visuais estão disponíveis e não apresentaram erros. Entretanto, a forma de recuperação da informação não apresentou uma boa visualização no portal pela falta de organização do conteúdo por anos de forma mais setorizada. Há diferentes tipos de materiais disponíveis nesse link. As grandes reportagens acabam se misturando com outros conteúdos e acabam sendo invisibilizadas. Na listagem também foi detectado o não carregamento de algumas imagens. O especial "Vozes de Mariana" e "Travessia", trabalhos atemporais e de grande qualidade, só estão disponíveis pela busca externa. No portal do jornal, os resultados são muito amplos, reportando mais de 200 mil ocorrências com a pesquisa das palavras-chave "Grande Sertão 60 anos".

[77]Informação verbal. Depoimento em áudio inserido na reportagem. Disponível em: http://especiais.em.com.br/travessia Acesso em 13/11/2019.

8.2.3 *Jornal do Commercio* (PE)

I – Identificação do contexto de produção

Em 2019 o *Jornal do Commercio* completou 100 anos de circulação na cidade de Recife, em Pernambuco. Faz parte do *Sistema Jornal do Commercio de Comunicação* (SJCC), formado pelo jornal impresso diário, emissora de televisão (*TV Jornal*), emissora de rádio (*Rádio Jornal AM* e *JC News)* e o portal de internet (*N10)*. O grupo é líder na região nordeste e encarnou as mudanças tecnológicas dos grandes jornais brasileiros, integrando as redações de todos os produtos. Quanto à expressão gráfica, ganhou inúmeros prêmios, principalmente na modalidade grande reportagem, conforme exemplos já mencionados. Em abril de 2018, começou o projeto de produção mensal de uma reportagem especial, distribuída em dois formatos: impressa, em cadernos de 8 e 12 páginas, e na versão multimídia. Os cadernos apresentavam forte modulação comercial em boa parte dos temas, tais como os que tratam de datas comemorativas, como dia das mães e natal, que, embora estejam travestidos de reportagens humanizadas, buscam atrair anúncios. Entretanto, reportagens com temáticas sociais, históricas e comportamentais estão presentes entre as produções. Em 2019, o projeto deixou de ser mensal.

A análise nesse periódico se dá no espaço da editoria de Especiais de uma publicação distribuída e produzida em dois suportes: impresso e digital. Foram folheadas as grandes reportagens elaboradas em 2016, 2017, 2018 e até novembro de 2019. Outros especiais pontuais foram observados e utilizados como exemplo ao longo da tese. Para a descrição em profundidade, temos uma grande reportagem em série. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com parte da equipe responsável[78].

Os profissionais confessam que os conteúdos de modulação comercial recebem menos atenção, mas que, quando são desafiados em projetos jornalísticos especiais, todos querem fazer e há uma disputa interna. Karla Tenório, designer e assistente de direção de arte do *JC*, fez carreira na redação e afirma que "por mais que possa apresentar páginas diferentes [no dia a dia], eu não posso ousar tanto. Quando entro num projeto como esse, eu crio asas, eu tenho a liberdade". Moisés Falcão, diretor de design digital, ressalta que é um trabalho que motiva a

[78] As entrevistas foram realizadas na sede do SJCC em 16/10/2010, com Bruno Falcone Stamford (diretor executivo de artes) e, no mesmo dia, em conjunto, com Karla Tenório (designer e assistente de artes) e Moisés Falcão (diretor executivo de design digital). Em 23/10/2018, em visita à redação, houve conversa coletiva com Ciara Carvalho (repórter e editora), Ronaldo Carvalho (ilustrador), Diogo Azevedo, matemático e Bruno de Carvalho (*front-end*). Sempre que os depoimentos forem mencionados nesta tese serão frutos de informação verbal resultadas dessas entrevistas.

todos da equipe. “Essa empolgação é do jornalista também, ele quer fazer mil coisas no impresso, no on-line, quer mudar tudo, usar vários recursos.”

Para a construção dos especiais, em primeiro lugar acontece uma reunião na qual é definida como será a abordagem geral. “A gente começa a escutar o que eles imaginam que é o projeto deles [do editor e jornalista]”, conta Karla Tenório. O tempo pode parecer mais alargado, mas as produções em diversas plataformas precisam ocorrer em paralelo, para que o prazo mensal seja cumprido, principalmente no caso do sistema on-line, que demora mais para ser construído e testado. “Você faz três designs. O design do papel, o design do *desktop* e o design do *mobile*”, explicou Karla. Enquanto os jornalistas terminam a apuração de textos e imagens, a identidade visual está sendo definida e os leiautes das plataformas estruturados.

Moisés Falcão considera a sintonia com os jornalistas como determinante para o sucesso do projeto. “Tem mais tempo entre aspas, porque esses especiais têm data pra sair. São mensais. Quanto mais o jornalista demora pra entregar o material, menos tempo vai ter e a gente não vai conseguir adiar essa entrega, essa publicação.” No espaço de um mês, a execução de enredos complexos como desses especiais cria uma pressão. “Então, começa um processo de negociação com o jornalista. (...) É uma guerra, porque ele também tem um problema de tempo pra fazer a apuração, a edição.”

Bruno Falcone Stamford é o editor executivo de artes do jornal e considera que a equipe tem evoluído nas narrativas digitais. “De dois anos pra cá [2018], a gente tá amadurecendo e cada vez mais, mais e mais. A gente vai aprendendo. Primeiro por que é um mundo novo, a gente era mais do impresso, 2D, e se transformou no mundo 3D com a *web* digital”. A equipe de arte atua em todas as frentes do SJCC, são mais atribuições com menos pessoas. “O profissional não faz só o impresso (...). A gente pegou os departamentos e juntou. O departamento de arte do impresso era imenso e hoje enxugou bastante.” Em 2018, o jornal iniciou o projeto de uma grande reportagem multimídia na qual o conjunto das informações é desenvolvido coletivamente, em série, com uma visualização do material se desdobrando no tempo. O projeto parte dos recursos multimídia desde a concepção do título, com a *hastag* #umaporuma. Essa opção gera o engajamento necessário à pauta, que trata de feminicídios de mulheres. No jornal impresso, duas páginas mensais foram destinadas ao projeto, com as matérias publicadas no *hotsite* no período. A grande reportagem “#umaporuma” foi então selecionada pela qualidade de inovação visual.

II - Identificação da reportagem

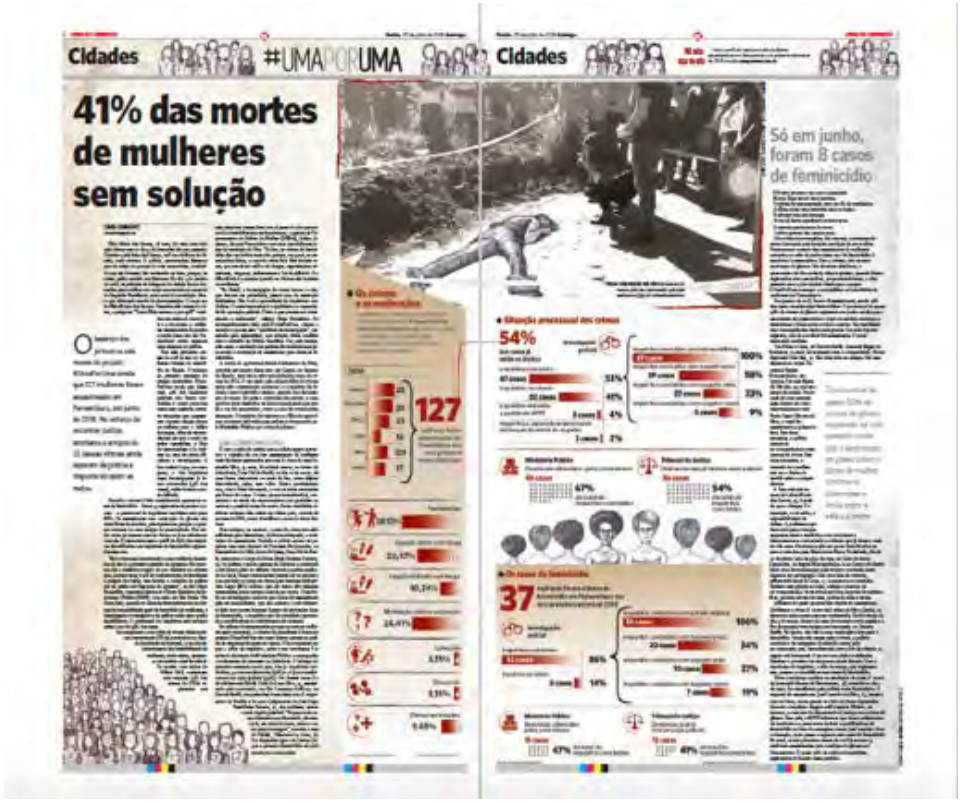
Reportagem 3	Dados gerais
Data	Especial em série publicado a partir de 29/04/2018
Veículo	Jornal do Commercio
Local	Recife
Título	#umaporuma
Tema	História local e desenvolvimento
Gênero	Projeto especial de grande reportagem
Formato	Impresso e multimídia (web e *mobile*)
Expediente	**Idealizadoras** Ciara Carvalho e Juliana de Almeida. Conteúdos produzidos por um coletivo de 31 mulheres criado dentro do jornal. **JC Imagem** **Editor Executivo** Arnaldo Carvalho **Fotógrafo** Bobby Fabisak **Design** Felipe Ribeiro **Design** Karla Tenório **Coordenador de Design Digital** Moisés Falcão **Front-End** Bruno de Carvalho **Back-End** Eudes Belmiro **Infografia** Eduardo Mafra **Ilustrações** Ronaldo Câmara **Multimídia** **Edição de vídeo** Eriberto Pereira Tathiane Santos **Videografismo** Catarina Farias **Analista de dados** Diogo Azevedo
Editoria	Especial
Periodicidade	Série com publicação impressa mensal e aleatória no multimídia
Páginas	2 por publicação no impresso.
Número de caracteres	Como o trabalho é contínuo, durante uma ano, e as reportagens não têm um tamanho padrão, considerou-se desnecessária essa contagem.
Fonte	*Jornal do Commercio* – acervo pessoal Projeto #umaporuma – www.umaporuma.com.br. Acesso em 15/12/2019.
Descrição do conteúdo	Grande reportagem em série com a promessa de registrar, cobrir e acompanhar todos os assassinatos de mulheres de Pernambuco em 2018, detectando se a causa foi ou não feminicídio. A partir de um banco de dados, o leitor acompanha os processos judiciais dos assassinatos nos perfis das vítimas. Regularmente, o jornal impresso publicou duas páginas sobre o especial e, no site, reportagens e estatísticas foram atualizadas frequentemente. Um coletivo de mulheres foi criado dentro do SJCC para abordar o tema. Até o fechamento dessa análise, em dezembro de 2018, 34 reportagens haviam sido publicadas pelo projeto.

Figura 104 – leiautes do impresso de “#umaporuma”, *Jornal do Commercio* (início da série em 29/04/2018)

Cidades #UMAPORUMA Cidades

Mortes no interior e nos fins de semana

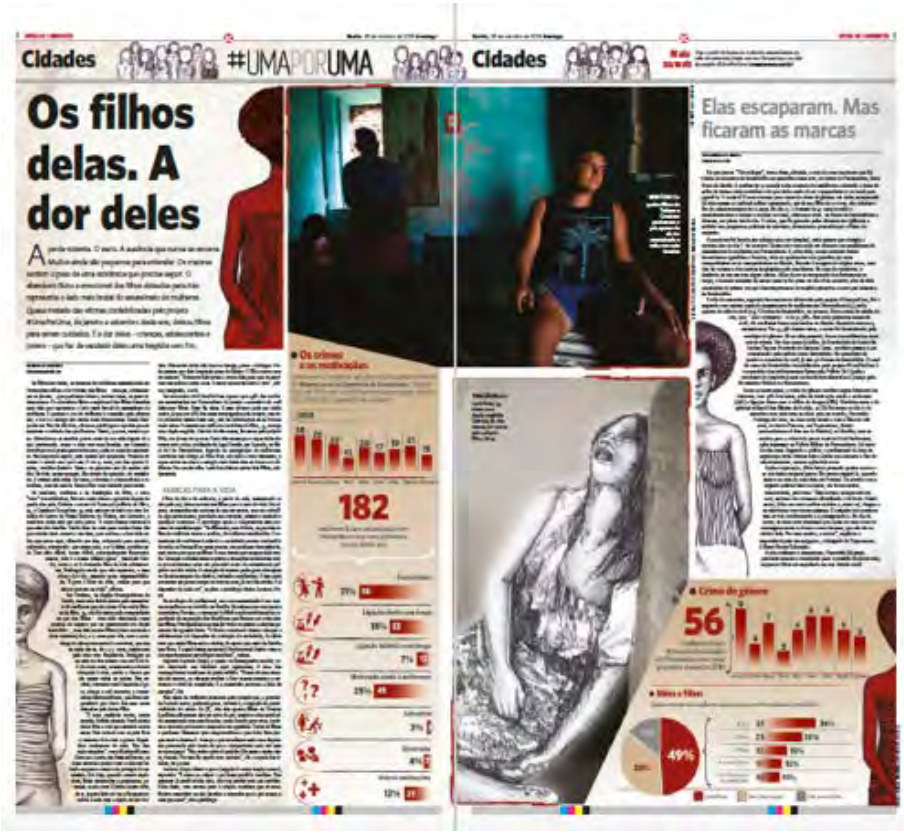
Comentários do site: o que eles revelam



Cidades #UMAPORUMA Cidades

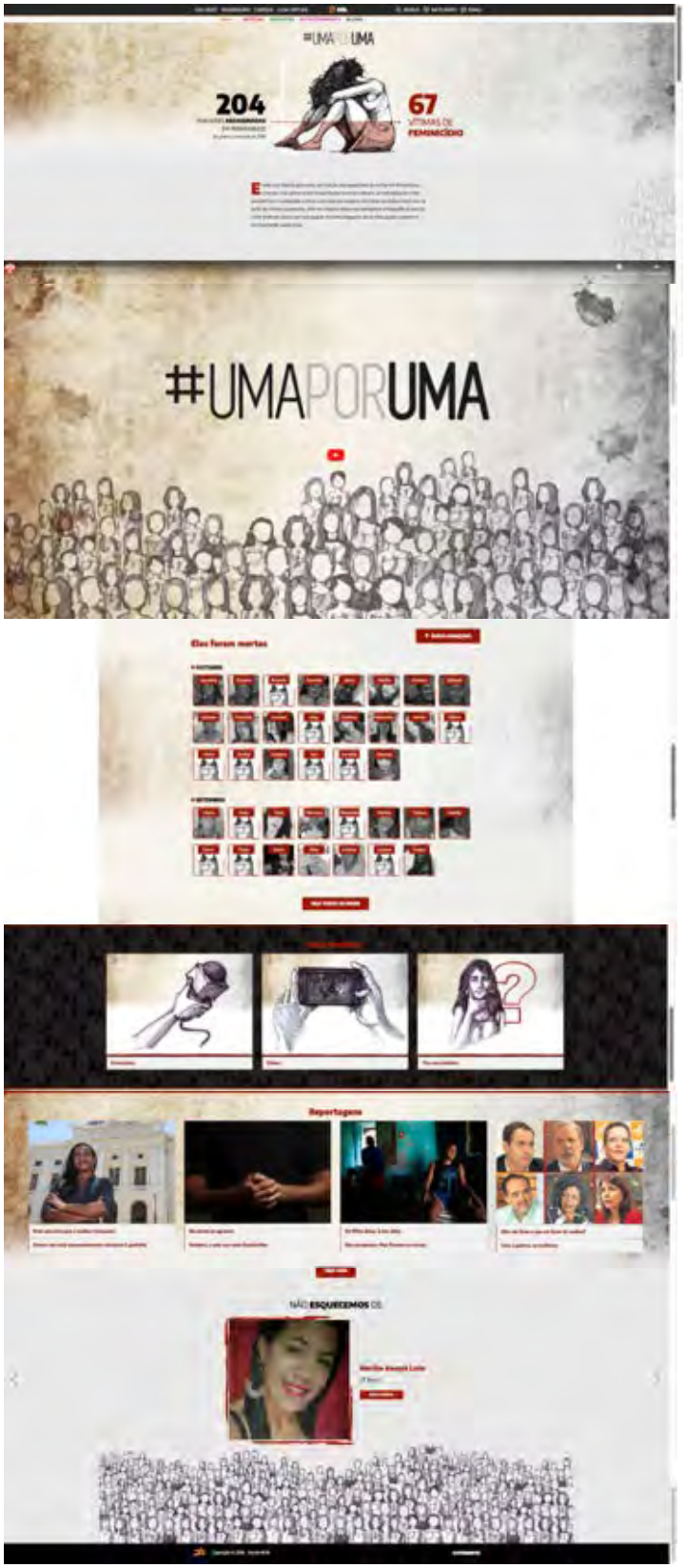
41% das mortes de mulheres sem solução

Só em junho, foram 8 casos de feminicídio



Fonte: http://jconlinedigital.ne10.uol.com.br/. Acesso em 11/12/2018.

Figura 105 – leiaute da página inicial do site “#umaporuma”



Fonte: www.umaporuma.com.br. Acesso em 11/12/2018.

II – Análise de parâmetros e indicadores

Quadro 11 – parâmetro: narrativa visual

INDICADORES – versão impressa				
a) Foco	**b) Ação**	**c) Personagem**	**d) Espaço**	**e) Tempo**
O visual é diferenciado em relação a outras páginas, indicando um assunto pesado, com a escolha de tons em preto e branco e tonalidades sóbrias. O uso de desenhos femininos ajuda a entender que a narrativa é sobre mulheres.	O principal elemento visual da ação são os desenhos e gráficos, que evidenciam o problema. Como é uma cobertura policial, os desenhos suavizam a narrativa, ao mesmo tempo em que trazem uma carga simbólica de medo e abandono no conjunto da composição. As fotos das mulheres assassinadas são reais e passam por um tratamento visual, buscando preservá-las, ao mesmo tempo em que denunciam o femicídio.	Os perfis das mulheres assassinadas são o principal conteúdo da reportagem. São criados vários níveis de apresentação narrativa das personagens. Elas são parte de um índice global, apresentado visualmente em gráficos, e têm suas histórias particularizadas nas reportagens, com fotos reais estilizadas e registros de familiares.	O espaço é construído pelos infográficos, com mapas e áreas onde ocorrem os assassinatos. Na representação dos casos em particular, para cada página dupla a reportagem escolhe uma foto real dos assassinatos, transformando em desenho e suavizando os contrastes. O leitor reconhece visualmente o espaço onde a vítima perdeu a vida.	O fato de projetar uma cobertura no tempo, buscando interpretar o fenômeno durante um ano, já coloca o tempo como fundamental na narrativa. No leiaute, os infográficos representam vários dados, comparando os números no tempo. Um deles contabiliza qual o dia da semana em que ocorrem mais assassinatos.
Pontuação: 3	3	3	3	3

(cont.) Parâmetro – narrativa visual		INDICADORES – versão digital		
a) Foco	**b) Ação**	**c) Personagem**	**d) Espaço**	**e) Tempo**
Na abertura, uma animação processa os números de mulheres assassinadas em Pernambuco, em 2018. O foco é evidenciado visualmente ao primeiro contato e causa impacto.	O mesmo aspecto do impresso é observado no especial multimídia. Desenhos e gráficos dão o tom da ação e, em um segundo momento, fotografias e vídeos contextualizam as histórias das personagens. As reportagens trazem os desdobramentos sobre o assunto, integrando o discurso multimídia nas narrativas com fotos, vídeos e áudios.	As personagens são retratadas por fotos, desenhos, infográficos e vídeos. A carga emocional nas fotografias é forte, mas com composições sofisticadas, que buscam suavizar o impacto das imagens do assassinato. O vídeo é o recurso que dá mais dramaticidade à narrativa, com a integração do áudio e a inclusão de familiares das vítimas.	Os mesmos recursos de desenho são usados na reportagem do site. Os vídeos constroem espaços psicológicos de ação dos personagens, que geram envolvimento e empatia pela história a partir dos depoimentos de familiares.	Boa parte dos recursos visuais empregados aborda os desdobramentos no tempo: o gráfico de abertura contabiliza as mortes e cada perfil de mulher tem sua própria linha do tempo quanto ao andamento do processo na justiça. Muitos gráficos e infográficos trazem desdobramentos, sendo aproveitados do leiaute impresso e reproduzidos.
Pontuação 3	3	3	3	3
Pontuação geral: Impresso: 15 / Digital: 15 / Global: 30 – **Total: 3**				

Quadro 12 – parâmetro: edição visual

INDICADORES – versão impressa			
a) Forma	**b) Multimidialidade**	**c) Interatividade**	**d) Autoria**
O formato em série é bem marcado visualmente em relação ao material ordinário e a apresentação em folha dupla favorece o impacto do folhear.	O leitor fica informado, por meio de chamadas no topo da página, para o projeto digital. Há compatibilidade de conteúdos visuais, principalmente os infográficos, que são utilizados nos dois suportes. A reportagem busca utilizar diferentes expressões visuais no projeto. Os recursos visuais estão integrados na narrativa e apresentam nexos com o texto. No caderno impresso, as páginas seguem uma certa regularidade de recursos visuais. Em média: 1 imagem estilizada em destaque; de 1 a 2 fotos de contextos ou personagens; 4 a 5 desenhos; 1 tipo de textura decorativa para o fundo e de 3 a 4 gráficos.	O projeto, desde o título com *hashtag,* pressupõe engajamento do público. As repórteres mantêm seus contatos visíveis aos leitores.	A equipe é bem creditada em ambos os materiais. No impresso, como o espaço é pequeno, a equipe de arte é creditada nas bordas das fotos.
Pontuação 3	3	3	3

(cont.) Parâmetro – edição visual	INDICADORES – Versão digital		
a) Forma	**b) Multimidialidade**	**c) Interatividade**	**d) Autoria**
A opção pela leitura vertical modularizada ajuda a organizar o conteúdo em série.	O projeto é, em essência, multimidiático. Na rotina produtiva, a matéria só ia ao ar depois que os gráficos do impresso estivessem prontos, porque a designer criava para todos os formatos, tendo como primeira base o impresso. Como é um projeto modular e com banco de dados dinâmico, outras partes do site seguem sendo atualizadas. Como o especial é contínuo, optou-se por uma análise global dos quatro vídeos produzidos, disponíveis no link: http://produtos.ne10.uol.com.br/umaporuma/videos.php. Os estilos dos vídeos são diversos, apresentando referências de documentário, como em "Ailton matou Dayanne e cometeu suicídio" e "A história de Tatiana de Apolônia"; de reportagem televisiva, como em: "Maria da Penha vai às escolas para desconstruir o machismo nas novas gerações" e também um estilo mais policialesco, como "Mulher conta como se livrou da morte após agressões do ex" Em todos, uma vinheta de abertura traz a identidade visual do caderno, com uma música que destoa do restante do produto pela semelhança com vinhetas televisivas de programas investigativos e sensacionalistas.	Os dados gerados pela apuração da reportagem com base nas notícias e em registros policiais ficam disponíveis para os leitores, que podem, a partir desse banco, consultá-los e cruzá-los, gerando visualizações sobre faixa etária, tipo de homicídio e parentesco, por exemplo. O site mantém abertos comentários postados pela plataforma do Facebook. Comentários misóginos do público foram aproveitados como pauta para a série. Conferir em: http://produtos.ne10.uol.com.br/umaporuma/mortes-no-interior-e-fins-de-semana.php#comentarios-do-site	Na web, todos os envolvidos com o projeto aparecem no expediente.
Pontuação 3	3	3	3
Pontuação geral: Impresso: 12 / Digital: 12 / Global: 24 – **Total: 3**			

Quadro 13 – parâmetros: design e visibilidade

INDICADORES – versão impressa			
Parâmetro – design			
a) Sintaxe Visual	**b) Legibilidade**	**c) Acessibilidade**	**d) Leiaute**
A edição visual busca demonstrar a gravidade do problema do feminicídio e o descaso. Há um leiaute narrativo recorrente, que usa a imagem do assassinato abordado na reportagem, a contextualização pelos infográficos e a particularização com a fotografia de familiares. A página mantém um todo informativo coeso, sendo a leitura a partir dos recursos visuais informativa dos principais dados da narrativa.	Apresenta nitidez, mesmo com o uso de fundos de matiz sombreada.	A hierarquia visual é bem marcada e de fácil compreensão para o leitor. Os infográficos buscam dar acesso imediato aos dados pela visualidade. Já a recuperação é restrita aos assinantes, que podem ler em PDF.	A série segue um padrão assimétrico que toma a página dupla. Os desenhos e cores criam uma unidade sofisticada.
Pontuação 3	2,5	3	3
INDICADORES – versão digital			
O espaço mais verticalizado sugere uma sintaxe vertical criada a partir da rolagem. Ao longo das narrativas surgem infográficos e depoimentos com foto em destaque, conferindo diversidade para o leiaute. A forma modularizada contribui para o banco de dados da série.	De modo geral, é de fácil leitura e a navegação é intuitiva e clara quanto aos caminhos. Em alguns gráficos, as artes feitas para o impresso ficam prejudicadas nas legendas miúdas.	A forma de navegação é funcional, facilita e diversifica as maneiras de acessar os hipertextos e demais conteúdos. A navegação é mista e a modularização simplifica o processo de recuperação da informação.	Na web, o leiaute é vertical e oferece grande modularidade de conteúdo, com múltiplos hipertextos ilustrados entremeados com recursos visuais.
Pontuação 3	3	3	3

INDICADORES – Versão Impressa			
(cont.) Parâmetro – design		**Parâmetro - visibilidade**	
e) Adaptação	**f) Criatividade**	**a) Distribuição**	**b) Memória**
Todos os conteúdos visuais do impresso foram adaptados para outras plataformas nesse projeto.	O projeto editorial, em si, é criativo e proporciona várias expressões visuais, com alguns parâmetros em ascensão de uma cultura visual própria do ambiente digital do jornalismo. A materialidade criada pelas texturas no papel impresso destaca-se da pauta ordinária.	O impresso tem a visibilidade momentânea. Fica disponível no site em PDF, restrito para assinantes. O jornal sempre garante um lugar na capa, com um desenho para anunciar a reportagem. A tiragem é de 37 mil exemplares (IVC, 2018).	O PDF do jornal pode ser acessado por assinantes dos anos 2000 em diante e os arquivos impressos podem ser consultados no Arquivo Público de Pernambuco.
Pontuação 3	3	3	3
INDICADORES – versão digital			
A reportagem foi lida em *tablet*, celular e *notebook,* sem erros. Do mesmo modo que as outras experiências com textos *longform,* no celular a navegação fica cansativa porque a quantidade de texto parece maior do que é. O menor conforto visual gera dificuldade de leitura, porque o formato fica menor, mas o conteúdo é o mesmo.	O uso do banco de dados para gerenciar as informações de uma grande reportagem em série é uma narrativa inovadora. É um estágio diferenciado dos modos de gerenciar a informação visual por meio de um banco de dados próprio, que atualiza os números de elementos visuais, como os infográficos.	O portal do jornal mantém uma chamada para especiais, fixa na capa. Mas promove pouco esses conteúdos, apesar de estes serem, na maioria dos casos, atemporais. Os especiais não aparecem como editoria no menu principal, dificultando a visibilidade no todo informativo. A *hashtag* (#) é um agente de visibilidade para a reportagem nas redes sociais. Como é um projeto do SJCC, as reportagens têm visibilidade potencializada nos meios mantidos pelo grupo. Há uma parceira com o *Uol*, que segundo o coordenador de design digital, Moíses Falcão, impulsiona as visitas quando conseguem a capa.	Os especiais estão organizados por ano de publicação até os dias atuais. A acessibilidade é eficiente e o link é bem organizado no site do jornal, com páginas numeradas.
Pontuação 2,5	3	2,5	3
Pontuação geral: Impresso: 17,5 / Digital: 17,5 / Global: 35 – **Total: 2,9**		***Pontuação geral***: Impresso: 6 / Digital: 5,5 / Global: 11,5 – **Total: 2,8**	
***Pontuação geral* da análise: 2,9**			

III – Discussão dos resultados

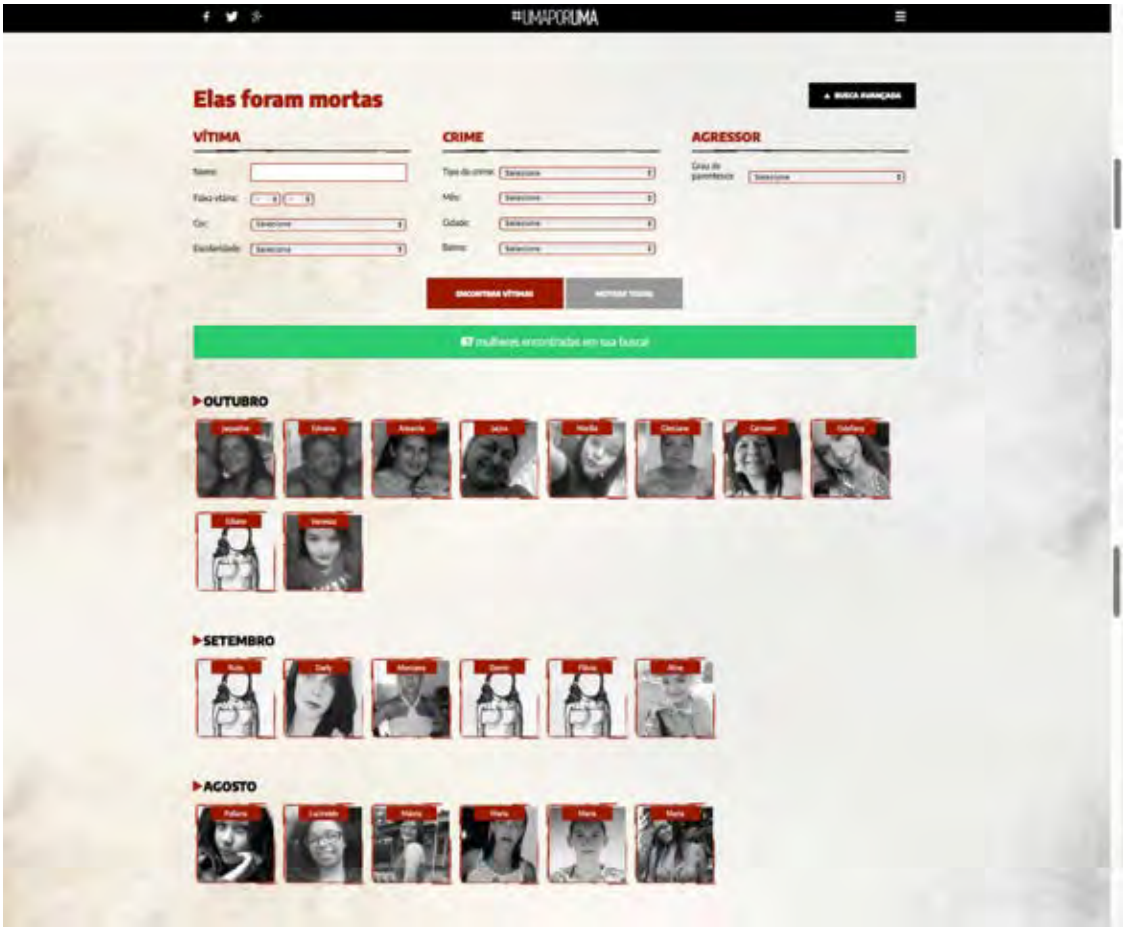
Quanto à narração, a forma do projeto já se inscreve em um tipo de reportagem inovadora, que utiliza os meios digitais de modo a cercar a pauta de inúmeras abordagens que constroem, em narrativas-fragmento, um todo sobre a temática do feminicídio. O foco da narrativa e os recursos utilizados passam por um processo de edição rigoroso, porque, mesmo sendo um projeto coletivo, com 31 repórteres[79] envolvidas, a unidade verbo-visual demarcou a identidade dessa grande reportagem.

Há ênfase nos personagens e valorização da visualidade, com vários caminhos para conhecer o perfil das vítimas no suporte multimídia. Essas informações são exclusivas do site, pois o espaço do impresso é escasso para tanto detalhamento. As informações levantadas alimentam um banco de dados, que pode ser manipulado pelo leitor. Os anúncios sobre a reportagem enfatizam que o projeto objetiva mostrar as mulheres mortas como seres humanos, e não como números ou amostragens – elas têm uma história. Nas reportagens, há links diretos para os perfis e reportagens associadas sempre que o nome da vítima é citado. O que ocorre é uma materialização dos números em histórias. Ao mesmo tempo que o discurso textual humaniza e singulariza a vida de cada vítima, os dados estão sempre presentes, apresentados visualmente. O modo como esse discurso é organizado indica características contemporâneas da cultura visual dos jornalistas, uma edição de conteúdo visual ligado a uma base de dados para visibilizar as histórias das mulheres.

Das categorias narrativas, a construção do tempo também traz inovação ao manter atualizados os processos judiciais dos casos, apresentando a evolução pelos gráficos. E faz a narrativa ser construída aos poucos, formando uma massa de dados e informações recuperáveis pelo leitor. Aquilo que Manovich (2011) chama de visualização de dados é executado nessa grande reportagem, porque é a partir da articulação com os números que o contexto leva ao particular. Ou seja, dos registros dos assassinatos são extraídas relações que podem se desdobrar em gráficos e pautas. Quando fazemos a busca pelo tipo de crime escolhendo feminicídio, o resultado parcial é a figura 106. O leitor pode conferir cada vítima por mês do assassinato e acessar o perfil (figura 107). Ou seja, cria a visualização de acordo com a necessidade e pode refletir a partir da visualidade construída.

[79] O número de jornalistas envolvidas varia de acordo com a adesão de novas colaboradoras. Esse é o número que constava no Expediente em dezembro de 2019.

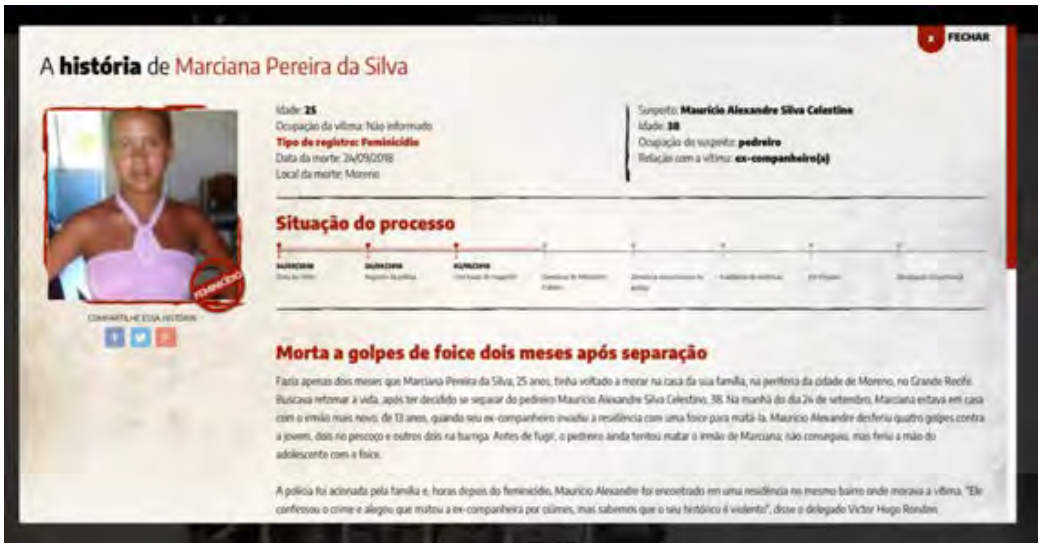
Figura 106 – busca avançada no banco de dados da reportagem “#umaporuma”



Fonte: www.umaporuma.com.br. Acesso em 11/12/2018.

Moisés Falcão, responsável pelo suporte digital, conta que o desafio dessa reportagem foi construir um banco de dados associado à cobertura. Como muitas pessoas estão envolvidas na produção, havia o risco de dados não atualizados serem usados por alguém. Para que isso fosse evitado, foram criadas planilhas de dados no *Google Analitcs,* devidamente compartilhadas com toda a equipe. “Todos os números são consumidos de um lugar oficial, onde todos os jornalistas têm acesso e os profissionais web também. Não existe uma inserção em lugar diferente, é o mesmo número.”

Figura 107 – perfil da vítima com o gráfico do processo judicial em “#umaporuma”



Fonte: www.umaporuma.com.br. Acesso em 20/12/2018.

Um profissional da estatística é quem trabalha esses dados e os atualiza para alimentar a equipe. São várias as camadas de tratamento para que os números se materializem em informações e infográficos. Diogo Azevedo é analista de dados e responsável pela estruturação dos números em elementos inteligíveis. Nesse projeto, explica que o desafio foi ir além das informações das vítimas, buscando “aumentar o máximo possível a informação estruturada para que a gente pudesse fazer análise estatística por traz desses dados, porque esse é o objetivo do jornalismo de dados”.

Para construir o raciocínio, há um processo de pesquisa, que no início do projeto consumiu duas semanas. “Entramos em contato com algumas Ongs, como a Maria da Penha, para saber que dados eles achavam relevantes. Através disso, a gente começou a construir a estratégia de como estruturar esses dados, a extração e a visualização”. O trabalho vem sendo solicitado frequentemente. “Quando sai essa demanda do caderno especial, por exemplo, Ciara [Carvalho] já me puxa para captar a informação estatística: ‘O caderno de setembro e outubro trata de tal coisa, veja o que você pode trazer de informação estatística’”. Ciara Carvalho, repórter e editora do projeto, explica que o banco de dados é exclusivo e confiável, porque abriga o nome das vítimas, acompanhando caso a caso. “Não pode mais só reportar, ir lá e contar a história, precisa ser serviço, precisa ser produção de conhecimento.” Uma das ideias principais do projeto é gerar essas estatísticas. “Aí vem o jornalismo de dados, aí vem *big data*. Todas essas coisas novas que, junto com conceito essencial do jornalismo, que é contar, potencializam o resultado do trabalho.”

Na edição visual das imagens, são utilizadas fotografias reais dos assassinatos feitas pela polícia ou por fotógrafos do *JC*. Elas são estilizadas para suavizar o choque, sem deixar de denunciar as violências hediondas. Os desenhos são exclusivos de Ronaldo Carvalho, que explica que as ilustrações sob a foto dão o tom da identidade visual. "Tem casos que só de um celular conseguiram a foto do crime. A resolução vinha muito pequena e a gente trabalha uma unidade. (...) Se pegasse a foto mesmo, dificilmente teria uma unidade assim de pixel." Ciara Carvalho explica que houve um empenho em casar a narrativa visual com os objetivos da reportagem. "Todo elemento visual, seja a ilustração seja a diagramação, seja foto, tudo nesse projeto é muito bem pensado. As cenas do crime foi uma discussão enorme – se deveria trazer pra dentro do projeto, porque são extremamente duras."

A criação visual do espaço narrativo teve grande participação dos designers e do ilustrador. A ideia de usar desenhos para suavizar o conteúdo foi de Karla Tenório e a de estilizar as fotos, do ilustrador. A designer conta que, "inicialmente, o Ronaldo trouxe essa ideia de suavizar com esses filtros. A gente se assustou com a cena do crime, ao mesmo tempo que tinha um propósito de trazer isso pro jornal". Como lembra Ciara Carvalho, a composição visual estava diante do embate ético de usar fotos brutais para denunciar padrões de assassinato, que a equipe percebia como uma identidade coletiva marcada nos corpos. "As mulheres estão em posições que se conectam. Ronaldo foi sentindo isso de forma muito forte. (...) Era muito importante que esses corpos fossem vistos na cena do crime. Como esses corpos são destruídos pelo machismo." Na verbalização sobre as escolhas visuais da equipe, a repórter percebe o entrosamento e a valorização de todas as partes da construção da reportagem: "A gente não pode desconstruir com as imagens o que a gente produziu no texto. A gente não pode vitimizar essa mulher".

O todo narrativo do visual é bastante coeso, pois o design traz elementos de composição e informação. No impresso, há uma regularidade nos leiautes: contextualização pelos dados numéricos apresentados em gráficos e particularização pelas imagens das fotos dos assassinatos e de familiares. Essa característica é explorada na web com mais liberdade e cada matéria recebe fotos e edições de texto.

Publicadas em série no site, as reportagens aparecem em blocos de 2 a 4 matérias. A rolagem abre no sistema de pergaminho. Ao longo da narrativa surgem novos caminhos – vídeos, fotos e edições de janelas. O projeto vai moldando-se de acordo com a repercussão das reportagens. Um exemplo foi a pauta sobre os comentários do site, uma espécie de resposta da redação às manifestações machistas detectadas nas falas de leitores. Nesse caso, há uma decisão editorial sobre evidenciar os comentários, uma visualização que demanda à reportagem uma

energia extra para gerenciar a interatividade. O projeto, desde o título, pressupõe engajamento do público e a *hashtag* é uma estratégia de visibilidade nas redes.

A pontuação do projeto só não foi máxima porque nos quesitos design e visibilidade (2,9 e 2,8 pontos) poderia ser melhorado o conforto visual de leitura no celular, editando com mais vigor os gráficos on-line. A narrativa segue ainda um tamanho característico do impresso. Arranjos gráficos podem transformar a experiência da leitura, sem suprimir conteúdo. Os gráficos também podem ser mais explorados, principalmente aqueles preparados para o impresso e adaptados ao leiaute da web. Já os vídeos não mantêm a mesma coesão visual entre eles. Há vários estilos: reportagem televisiva, minidocumentário, reportagem policial e depoimentos. O fato de o projeto fazer parte do SJCC abrange várias linguagens em uma abordagem transmídia, com a colaboração de profissionais de vários segmentos do grupo. Os vídeos ficam disponíveis no canal da *TV Jornal* e as coberturas sobre o tema são associadas ao projeto. Karla Tenório explicou que os vídeos podem ser produzidos por fotógrafos e pelo jornalista e que nem sempre a pauta rende o registro audiovisual. Os conteúdos dos vídeos, então, não seguem um roteiro específico, são concebidos no correr da apuração.

O uso dos vídeos traz dramaticidade para a narrativa e o depoimento dos familiares enriquece o conteúdo, forma que vem se desenvolvendo nos sistemas de origem impressa. Ao mesmo tempo em que deve casar com a narrativa, pode ser um elemento independente e circular por outros espaços. Se a foto já foi o elemento novo que deixava a página impressa mais interessante, na web os vídeos são a ferramenta almejada. Karla Tenório acredita nessa força emocional na construção editorial. “Ver o próprio personagem falando, o depoimento dele na internet, é muito mais comovente do que você ler a história. É uma coisa que complementa a outra”. No vídeo da figura 108, que abre a narrativa do site, uma mãe emocionada lamenta a perda da filha. O uso do preto e branco dá mais dramaticidade ao sofrimento maternal, além da sonorização.

A visibilidade precisa melhorar, já que, segundo o diretor executivo de artes, Bruno Falcone Stamford, é necessário um trabalho para dar visibilidade aos especiais, monitorando o *feedback* e o engajamento via redes sociais. “A gente faz o especial e ele meio que morre na web. Eu acho que deveria até ter um trabalho melhor dessa questão de *feedback*, principalmente com rede social, trabalhar mais isso”.

Figura 108 – vídeo: “A história de Edilene Ramos, um feminicídio anunciado”

Fonte: www.umaporuma.com.br. Acesso em 15/12/2018.

O uso abrangente do aspecto multimídia e a forma de produção editorial nesse especial apontam para um futuro do jornalismo visual de grande reportagem com alto grau de complexidade no cruzamento de dados. A possibilidade de desenvolver uma grande reportagem se desdobrando no tempo, reorganizando continuamente os dados e histórias e mantendo sua visibilidade, locomove o lugar das coberturas em profundidade para outros níveis de construção narrativa visual. O design não se coloca apenas como um meio de organizar a informação, mas é uma forma de transformar dados em informações ao materializar, em gráficos e conteúdos diversos, o conteúdo jornalístico produzido até então. Uma transformação nos modos de fazer do jornalismo que atinge a cultura visual da redação.

8.2.4 Jornal *O Estado de S. Paulo* (SP)

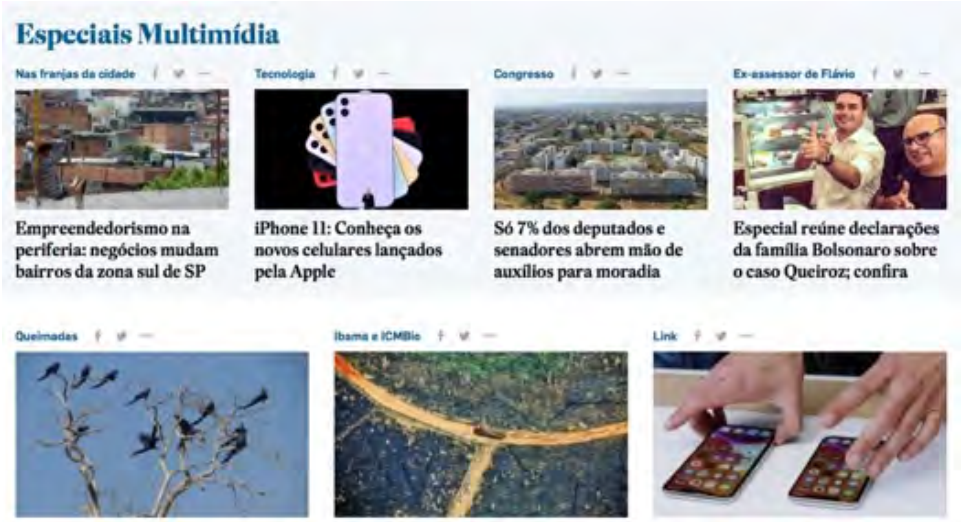
I – Identificação do contexto de produção

Publicado desde 1875 e conhecido como *Estadão,* é um dos mais tradicionais jornais do Brasil e passou por todas as transformações gráficas da imprensa brasileira. Por muito tempo foi sinônimo de jornal "tijolo", com muito texto e poucas imagens. O projeto editorial do produto impresso sempre foi pouco afeito a ousadias, sendo considerado um jornal conservador. Investe em mudanças sutis, de forma lenta e gradativa, mas o contrato de leitura estabelecido possibilita a criação visual dentro de um estilo centenário e perene. Para nutrir esse leiaute, o jornal especializou-se na criação de infográficos e na força das fotografias da *Agência Estado*, já tendo recebido vários prêmios nessas áreas. O fato de ser tradicional não desmerece o projeto gráfico, pois o desenho do *Estadão* é apropriado ao seu projeto editorial, voltado para leitores também tradicionais. Dentro desse estilo, consegue construir conteúdo visual de grande qualidade. As experimentações gráficas desse grupo de comunicação ocorreram principalmente no extinto *Jornal da Tarde* e voltam a ocorrer no âmbito atual das grandes reportagens e visualizações de dados.

O *Estado de S. Paulo* é um espaço de grandes coberturas e reportagens com reconhecimento em premiações nacionais e internacionais. Na metade da década investiu em cadernos especiais associados ao conteúdo digital, assim como em projetos exclusivos para o ambiente digital. Se na página impressa o contrato de leitura determina uma imagem tradicional, na web os projetos visuais buscam inovar. Em 2019, iniciou sua transição para um enfoque mais digital e passou a investir em conteúdos visuais exclusivos para web.

O jornal disponibiliza as grandes reportagens no link de infográficos, não sendo destinado um espaço exclusivo para visibilizar esses materiais. Na reforma realizada em 2019, houve uma mudança nesse aspecto, com a criação de um espaço na capa do portal www.estadao.com.br que chama para conteúdos especiais. Entre as manchetes, assuntos e gêneros variados (figura 109), as grandes reportagens passam por mudanças de formato, já que, se levarmos em conta apenas o número de caracteres para defini-las, seriam poucas as produções.

Figura 109 – Chamada de capa para os especiais do site do *O Estado de S. Paulo*



Fonte: Reprodução www.estadao.com.br.

No jornal impresso, desde 2015 cadernos especiais de grande reportagem não foram mais produzidos, sendo que o formato adotado passou a ser a série ou mesmo a produção exclusiva para web. Fabio Sales[80], diretor executivo de multimídia do *Estadão*, participou das importantes reformas do *Correio Brasiliense*, em Brasília, e do *O Dia,* no Rio de Janeiro. No *Estadão*, foi o primeiro profissional contratado com o cargo de editor de arte, em 2005. Segundo ele, a flutuação do mercado leva à mudança dos formatos. "É muito provável que a gente tenha cada vez menos esse tipo de trabalho no impresso e cada vez mais esse tipo de trabalho no digital. Por uma questão mesmo de negócios, o produto impresso é caro, tem um alto custo". O jornal se define em momento de transição da virada de foco para o digital. Na reportagem que anuncia as mudanças, declaram que "esse processo teve como norte reafirmar o jornal impresso como pilar fundamental, com mais profundidade e análises, e expandir a presença digital do Grupo em todas as plataformas" (O ESTADO DE S. PAULO, 2019, on-line).

A disposição de grandes reportagens em série é uma volta às origens desse gênero no impresso, como vimos nos contundentes exemplos do *Jornal da Tarde*. Em "Novas veredas"[81], de 2017, fica claro que o leiaute do jornal em papel não é mais algo que demanda esforço da equipe. Tanto que há uma diferenciação sutil na identidade visual das páginas (figura 110).

[80] Entrevista concedida à autora em 30/03/2019, na sede do jornal *O Estado de S. Paulo*, em São Paulo (SP). Todas as aspas deste depoimento na tese são provenientes dessa fonte, exceto as referenciadas.
[81] Disponível em: https://infograficos.estadao.com.br/especiais/novas-veredas/. Acesso em 22 nov. 2019.

Figura 110 – leiautes de “Novas veredas”, *O Estado de S. Paulo* (12/02/2017)

A18 | Metrópole | SEGUNDA, 12 DE FEVEREIRO DE 2017 O ESTADO DE S. PAULO

Especial

NOVAS VEREDAS

O MAPA DO GRANDE SERTÃO NOS 50 ANOS DA MORTE DE GUIMARÃES ROSA

Travessia. Motos e cavalos cruzam o Rio Paraíso, em Minas Gerais

PESQUISA REVELA MUDANÇAS NA PAISAGEM

Olhos verdes chamam a atenção de visitantes

CIDADES VISITADAS

25 municípios

3 meses

155 pessoas

O ESTADO DE S. PAULO | Metrópole | A19

‘ESTADO’ VISITA DESERTO IGNORADO FORA DA FICÇÃO

60 km

ROMANCE É CONSIDERADO CLÁSSICO DA LITERATURA

Famílias nativas vivem como nômades no sertão, de terra em terra

O QUE VOCÊ VAI VER NESTA SEMANA

Fonte: Reprodução *O Estado de S. Paulo*

O ano de 2018 teve baixo investimento em formatos mais aprofundados e de texto longo. Apenas um caso foi encontrado, o da reportagem “Vidas Secas – 80 anos”[82]. Apesar de sair como série na web, o material foi aproveitado em duas páginas do impresso, na estreia, e não foi mencionado nas edições subsequentes. As páginas seguem o mesmo projeto gráfico cotidiano, com pouca diferenciação. No material virtual, o projeto gráfico é elaborado com uma ilustração fotográfica de grande impacto (figura 111). Em 2018, a eleição para presidente tomou grande parte das produções do ano para a área visual e o jornalismo de dados tornou-se o grande aliado, gerando *know-how* para a visualização de informações complexas, como no projeto “Em queda, roubos de carros migram para a periferia”[83], especial que produziu um mapa interativo demonstrando como esse crime se expandiu ao redor da cidade. Os textos da análise dos dados são curtos e aparecem em rolagem sequencial e linear. São apontadas questões importantes das informações levantadas, enquanto se relacionam com o mapa pelo movimento e transição de camadas com o mapa. Depoimentos de pessoas roubadas humanizam a narrativa, oferecendo um rosto aos números. O projeto permite consulta sobre o número total de carros roubados por

[82] Disponível em: https://www.estadao.com.br/infograficos/brasil,pele-branca-e-os-meninos,911963. Acesso em 15 dez. 2019.

[83] Disponível em: https://infograficos.estadao.com.br/cidades/roubos-de-carros-grande-sao-paulo/. Acesso em 15 dez. 2019.

marca e região da cidade. O esforço editorial em torno desses projetos poderia classificá-los como grandes reportagens visuais.

Figura 111 – leiautes de “Vidas Secas – 80 anos” na web e no impresso, *O Estado de S. Paulo* (25 e 26/08/2018)

Fonte: Reprodução *O Estado de S. Paulo.*

Esses conteúdos são disponibilizados no menu Infográficos, uma disposição que desvaloriza os materiais especiais e as grandes reportagens. Em meio aos mais de 400 itens dispostos no link Infográficos nos anos mencionados, 34 eram grandes reportagens tradicionais, com texto aprofundado e formato multimídia. Um canal específico para esses materiais de fôlego receberia mais visibilidade. Outro formato de apuração aprofundada nas produções digitais é uma espécie de dossiê com informações de arquivo, conteúdos novos e material multimídia abundante, nem sempre atual, sendo grande parte fruto de pesquisa. A produção visual é a principal base desse formato, as fases da narrativa se modificam pela imagem e há pouco texto. A principal aposta do *Estadão* é o uso de visualizações animadas de dados e, no 40º Prêmio da *Society of News Design* (SND) de 2019, o jornal ganhou cinco medalhas, todas associados à construção de narrativas visuais baseadas em banco de dados e apresentadas como infografias animadas e jogos[84]. No mesmo ano, em novembro, ganhou um prêmio inédito de visualização de dados, o *Information Is Beautiful Awards*, com a reportagem "Simulador mostra quais crianças são adotadas (e quais não são)"[85]. A reportagem traz um texto tradicional e um simulador, apresentando a realidade da adoção no Brasil em números. O material utiliza uma metáfora visual na infografia, comparando crianças a flores. No entanto, matérias com texto mais longo raramente utilizam recursos de visualização de grandes volumes de dados, o mais comum é a infografia tradicional.

Para entender as transformações e selecionar reportagens para as discussões, foram folheados os especiais de 2016, 2017, 2018 e até novembro de 2019, além de outros exemplos citados em pesquisas, livros, prêmios ou por entrevistados. Para a análise, foi escolhida a reportagem "A greve dos caminhoneiros, 1 ano depois". A proposta desse texto foi a que melhor representou as grandes reportagens no contexto atual do *Estadão*, tendo sido publicada em série no impresso e composto um especial multimídia.

---

[84] Disponível em: https://www.estadao.com.br/infograficos/geral,estadao-leva-cinco-medalhas-em-premiacao-de-design-jornalistico,969321. Acesso em 02 mai. 2019.
[85] Disponível em: https://arte.estadao.com.br/brasil/adocao/criancas/. Acesso em 20 nov. 2019.

II - Identificação da reportagem

Reportagem 4	Dados gerais
Data	21/05/2019
Veículo	*O Estado S. Paulo*
Link	https://www.estadao.com.br/infograficos/economia,situacao-so-piorou-dizem-caminhoneiros-um-ano-depois-da-greve-que-paralisou-o-pais,999230
Local	São Paulo - SP
Título	A greve dos caminhoneiros, 1 anos depois
Tema	Repercussão da greve dos caminhoneiros de 2018
Gênero	Grande reportagem em série
Formato	Impresso e multimídia (*web* e *mobile*)
Expediente	**Reportagem e textos** Renée Pereira Bianca Gomes **Fotografia** Daniel Teixeira **Editor executivo de arte** Fabio Sales **Editora de infografia** Regina Elisabeth Silva **Editor assistente de infografia** Vinicius Sueiro
Editoria	Economia e negócios
Periodicidade	---
Páginas	3 (impresso)
Número de caracteres	Formato impresso do corpo de texto: 40.352 (sem espaços) e digital 44.654 (com espaços)
Fonte	www.estadao.com.br
Descrição do conteúdo	Após um ano da greve dos caminhoneiros que parou o país (maio de 2018), o jornal preparou uma grande reportagem em série com vivência em uma viagem de caminhão e acompanhamento do grupo de WhatsApp dos caminhoneiros. Ouviu relatos de profissionais, fazendo um apanhado do que pensa esse grupo que descobriu seu poder sobre a economia brasileira.

Figura 112 – leiautes de “Caminhoneiros: um ano depois”,
O Estado de S. Paulo (21 a 23/05/2019)

Fonte: Reprodução *O Estado de S. Paulo.*

Figura 113 – leiaute da página inicial da web

Situação só piorou, dizem caminhoneiros um ano depois da greve que paralisou o País

Fim do fim do subsídio, categoria afirma que diesel está hoje mais caro do que estava em maio de 2018 e que tabela de frete não funciona

Textos: Renée Pereira / Fotos: Daniel Teixeira

Caminhoneiros estacionados em posto na rodovia goiana de Luziânia. Foto: Dida Sampaio/Estadão - 24/5/2018

Há exatamente um ano, os caminhoneiros iniciavam uma greve histórica que paralisou o Brasil por dez dias e provocou o desabastecimento da população. Faltou combustível nos postos e vários produtos sumiram das prateleiras dos supermercados. O resultado foi uma redução de quase R$ 48 bilhões no Produto Interno Bruto (PIB) de 2018, uma ruptura na confiança e aumento da inflação no período.

Os protestos foram iniciados por caminhoneiros autônomos por causa do escalada do óleo diesel, cuja política da Petrobrás previa aumentos semanais. De abril para maio de 2018, o preço médio do litro do combustível subiu cerca de R$ 0,20 e alcançou R$ 3,62 – o que desencadeou uma sequência de bloqueios nas estradas de todo País. A resposta do governo veio em forma de subsídio de até R$ 0,46 por litro do combustível e a criação da tabela do frete.

Um ano depois, a vida nas estradas continua difícil. Na visão dos motoristas, piorou. A tabela de frete, principal conquista após a paralisação, não funciona: o diesel voltou a subir; e a condição das estradas tem se deteriorado com a falta de manutenção provocada pela crise fiscal do País. Para piorar, a fraca atividade econômica tem feito os caminhoneiros disputar a tapas uma carga.

Fila para abastecer em posto de gasolina na Marginal do Tietê, em São Paulo. Foto: Gabriela Biló/Estadão - 24/5/2018

Fonte: Reprodução *O Estado de S. Paulo*.

Quadro 15 – parâmetro: narrativa visual

INDICADORES – versão impressa				
a) Foco	**b) Ação**	**c) Personagem**	**d) Espaço**	**e) Tempo**
Um ícone no topo é a marca de que há um conteúdo especial no jornal. Não há uma diferenciação clara desse conteúdo para os demais. As fotos são o principal atrativo visual, conectando-se com as manchetes e submanchetes.	Nestes leiautes as fotos são os principais elementos visuais narrativos que representam a cena, fora os textos. Os gráficos ajudam a visualizar os dados econômicos, lembrando que a matéria está na editoria de Economia. Na terceira parte da série, a matéria, em estilo *road movie,* consegue encaixar três fotos entre anúncios em uma meia página.	As fotos trazem sínteses bem definidas do foco principal das matérias, conforme o item b. As imagens aproximam o leitor do caminhoneiro, seu caminhão e sua rotina.	O espaço da boleia para ambientar o personagem gera uma aproximação com o leitor. Na terceira parte, a sequência de imagens da estrada cria cumplicidade com a viagem do caminhoneiro.	A pauta é baseada em uma efeméride. Um ícone e o texto da manchete salientam esse fato em toda a série. Uma janela no pé da página aborda as mudanças percentuais de rendimento em um ano, destacando um numeral.
Pontuação: 2	2,5	3	2,5	2
INDICADORES – versão digital				
Na web, na primeira rolagem o leitor se depara com uma imagem de *drone* mostrando um estacionamento de caminhões. Um visão geral que combina com o tom do texto de abertura, que recebe mais valor na edição web, pois no impresso era conteúdo de pé de página. Apesar de ser um conteúdo especial, não foi editada em plataforma específica (*hotsite*).	O conteúdo web é rico em imagens. As fotos da cobertura do jornal à época da greve mostram as ações do período, com filas e mobilizações. Imagens de *banners* de *WhatsApp* ambientam a articulação da greve pelo aplicativo. As fotografias atuais focam os personagens que dão entrevista na reportagem.	Os personagens recebem grande espaço visual com os videodepoimentos de um caminhoneiros e as imagens de profissionais dentro de suas boleias. As fotos também mostram ações coletivas do passado.	As imagens relembram o caos da época. O repórter fotógrafico que acompanha documenta o espaço de trabalho dos caminhoneiros. A matéria toma cuidado, ainda, de representar o espaço virtual onde se deu a articulação da greve com os *banners* de *WhatsApp.* No capítulo 3, um mapa mostra o percurso da reportagem.	O tempo é representado com as fotos da greve do ano anterior. As legendas são elementos fundamentais, pois explicam que as fotos não são atuais. No capítulo 3, o uso das fotos é sequencial e narrativo, documentando o percurso e o cotidiano dos motoristas.
Pontuação 2	3	3	3	3
Pontuação geral: Impresso: 12 / Digital: 14 / Global: 26 – **Total: 2,7**				

Quadro 16 – parâmetro: edição visual

INDICADORES – Versão Impressa			
a) Forma	**b) Multimidialidade**	**c) Interatividade**	**d) Autoria**
Publicado em capítulos em três dias consecutivos, a reportagem não obteve um espaço privilegiado para o material. A repórter que viajou produziu extenso material junto a outros repórteres. Mas este não pôde ser bem aproveitado por falta de espaço dividido com anúncios. O ícone que acompanha a série é o único elemento que delimita ou dá uma pista de que é um material mais aprofundado.	O uso de fotos e infográficos foi prejudicado pela falta de espaço. O material não apresenta o conteúdo digital da reportagem. O leitor do impresso não é informado que pode ver depoimentos, fotos e mais conteúdo sobre o tema. A série abriga 4 fotos, 1 ícone e 1 gráfico.	Não há interatividade.	Todos os créditos são apresentados no material.
Pontuação 1	1	0	3
INDICADORES – versão digital			
Publicado em capítulos, em três dias consecutivos, com navegação exclusivamente linear. Cada capítulo é dividido em outras matérias na mesma camada informativa e conta com depoimentos de caminhoneiros e o artigo de um especialista, em texto disposto com fundo cinza, demarcando a opinião. Cada capítulo apresenta um vídeo.	O pacote da reportagem apresenta 19 fotografias, 4 gráficos, um infográfico, 3 vídeos e 3 imagens dos grupos de *WhatsApp*. As fotos aparecem entremeadas ao texto na rolagem com a diagramação tradicional. A maioria constitui-se de retratos dos caminhoneiros com alta qualidade técnica. No segundo capítulo, o material explica os valores do setor, seguidos de depoimentos dos caminhoneiros, dando cara aos números. **Detalhamento dos vídeos**: Dois vídeos (capítulos 1 e 2) são depoimentos que reforçam e humanizam as dificuldades econômicas dos entrevistados. No capítulo 3, o vídeo apresenta uma edição mais elaborada, porque mostra o cotidiano na estrada, a viagem, as refeições e o contato via celular com a família, e via rádio com outros caminhoneiros.	Não há recursos de interatividade, tais como jogos ou bancos de dados para buscas. Não oferece o contato direto dos repórteres. Mas é possível compartilhar nas principais redes sociais, embora o conteúdo seja para assinantes.	Os repórteres e fotojornalistas assinam no corpo da matéria e os responsáveis e os editores de arte, infografia e economia, no expediente oficial da série, sempre disposto ao final de cada capítulo.
Pontuação 2	2,5	2	2,5
Pontuação geral: Impresso: 5 / Digital: 9 / Global: 14 – **Total: 1,75**			

Quadro 17 – parâmetros: design e visibilidade

INDICADORES – versão impressa			
Parâmetro – design			
a) Sintaxe Visual	**b) Legibilidade**	**c) Acessibilidade**	**d) Leiaute**
O projeto do impresso tem pouco espaço de criação de sentidos em seu todo. O trabalho visa conectar a manchete a uma imagem principal nos dois primeiros capítulos. No terceiro, a ideia é uma montagem em sequência, tentando mostrar a rotina no caminhão, já que essa reportagem tem um estilo *road movie.*	O projeto tem total legibilidade em todos elementos.	A diagramação é tradicional e com poucos elementos. Há texto em excesso para o espaço, oferecendo uma impressão de saturado e pesado de ler.	Os três leiautes são tradicionais e modulares. A matéria que abre a série consegue página inteira, mas as subsequentes vão perdendo o valor na hierarquia visual. Sendo que a terceira ocupa meia página junto com um anúncio. No capítulo 2, quando se destacam os depoimentos, a foto é o elemento de "virada de página". Para diferenciar os assuntos, a diagramação linear também usou o estilo de "box", com textos inseridos em tabelas com fundos. Poderia melhorar a disposição do menu de navegação entre os capítulos.
Pontuação 2	3	2	1
INDICADORES – versão digital			
Na primeira parte, a série aborda o contexto do tema da reportagem. Por isso, apresenta imagens de coberturas resgatando o drama. Elas são as únicas que diferem da narrativa de retrato escolhida pelo fotógrafo. A linha que liga as fotografias está na relação do caminhoneiro com a estrada e o caminhão, sendo sempre retratado em seu veículo. Um elemento recorrente é o celular, pela importância no processo de mobilização da greve.	A tipografia se mostrou mais eficaz no celular e no *tablet*. No *desktop* fica pequena e o ajuste de letras está muito próximo. A cor cinza das legendas também dificulta a leitura.	A navegação entre as matérias acontece pelo menu Infográficos, com certo espaçamento entre elas na lista ou entre elas e só se o leitor executar a rolagem até o rodapé da matéria é que os capítulos aparecem. Não é acessível e dificulta o entendimento de que é uma série com conteúdo extenso.	O leiaute é linear, com diversidade no tamanho das fotos, que ora tomam toda a tela, ora se apresentam nos limites do texto. O destaque das fotos maiores é para retratos de caminhoneiros criando uma identidade visual, ainda que tímida. No capítulo 2, quando se destacam os depoimentos, a foto é o elemento de "virada de página". Para diferenciar assuntos, a diagramação linear também usou o estilo de "box", com textos inseridos em tabelas com fundos. Poderia melhorar a disposição do menu de navegação entre os capítulos.
Pontuação 2	2	1	2,5

INDICADORES – Versão Impressa			
(cont.) Parâmetro – design		**Parâmetro - visibilidade**	
e) Adaptação	**f) Criatividade**	**a) Distribuição**	**b) Memória**
O material foi analisado a partir de imagens do acervo digital. O modo de visualização do leiaute do impresso no Acervo do *Estadão* é mais amigável e rápido que no aplicativo para assinantes.	Não houve esforço criativo na concepção gráfica. O material foi tratado como pauta ordinária, apesar de vir sinalizada como série, com um ícone.	A matéria esteve na capa do jornal na estreia da série, mas não foi mencionada na sequência. A tiragem até outubro foi de 97.125 exemplares (IVC, 2019).	A memória do *Estadão* está digitalizada em um acervo gratuito para consulta on-line para matérias já publicadas. As edições só ficam fechadas para assinantes no dia da publicação. Já os exemplares impressos ficam no Acervo, que é fechado para consulta on-line.
Pontuação 2,5	1	2	3
INDICADORES – versão digital			
O leiaute se adaptou bem a todos os formatos testados: celular, *notebook e tablet*, no qual ocorreu melhor leitura. A galeria do capítulo 3 apresentou uma diagramação desorganizada no *notebook*, assim como no corpo do texto.	Na web, a fotografia entremeada aos vídeos gerou uma narrativa bastante informativa.	O material fica disponível em infográficos e pode ser compartilhado nas principais redes sociais. O número de assinantes era de 139 mil em 2019 (jan. a jul) (IVC, 2019).	O material fica disponível no *link* Infográficos e tem recuperação difícil, porque a visualização não é organizada por anos, nem por categorias. É uma lista por ordem de publicação, misturada a todo tipo de elemento de infografia, que vai crescendo a cada rolagem. O sistema de busca ajuda, mas uma organização dessas reportagens em uma categoria poderia dar mais visibilidade.
Pontuação 2,5	1	1	3
Pontuação geral: Impresso: 11,5 / Digital: 11 / Global: 22,5 **Total: 1,87**		**Pontuação geral**: Impresso: 5 / Digital: 4 / Global: 9 **Total: 2,25**	
Pontuação geral da análise: 2,1			

III – Discussão de resultados

Essa grande reportagem demonstra a fase de transição para o digital que o jornal realizou em 2019. A pauta é de economia com foco humanista, aprofundando as consequências da greve. A fotografia é a principal referência visual do trabalho e ajuda a conectar o leitor com os personagens. A produção não obteve um planejamento visual adequado para o esforço da repórter, que realizou uma viagem de caminhão e colheu vários depoimentos contundentes sobre o setor. Essa constatação ocorre quando, ao longo da análise, os elementos visuais, frequentes em reportagens aprofundadas, não foram elaborados, tais como a chamada no impresso para o site e, ainda, a diferenciação das páginas de modo a valorizar o material.

O jornal repercute a tendência percebida por seu diretor de arte, Fabio Sales, em outros jornais do mundo quando participou, em 2019, do Malofiej, o prestigiado congresso e prêmio de jornalismo visual. A mudança no suporte de leitura é uma realidade nas redações pelo mundo e a energia criativa e produtiva se dirige ao suporte digital. Tanto que o diretor confidencia ter ouvido de um amigo que "o impresso não importa mais". Antes da reforma anunciada em 1º de setembro de 2019, Sales explicou o enfoque no impresso. "Noventa por cento da nossa energia é pra fazer o impresso e 10% é pra fazer o digital. Durante a produção do impresso, também faz um pouquinho do digital, mas a gente produz pro impresso pra depois enfiar no digital."

O material apresentou falhas na valorização da narrativa aprofundada da equipe, principalmente no impresso. No site, recebeu mais atenção e difere da pauta cotidiana na diagramação, com inúmeras fotos e divisão em capítulos, configurando o seu formato de grande reportagem. Porém, não foi realizado um projeto visual específico como em outros casos citados – "Novas veredas", "Vidas Secas – 80 anos", "Cerco aos isolados" ou "Antártida". No impresso, os anúncios concorrem no espaço dedicado à matéria, limitando a expressão dos elementos visuais. O diagramador teve uma página inteira e trabalhou com texto extenso, demonstrando a pressão comercial sobre o conteúdo, que, mesmo sendo gerado com mais esforço de apuração que outras matérias, não teve uma valorização na edição. Nem na capa foi descrita como uma série – o leitor só sabe disso na chamada da matéria. Desse modo, não desenvolve um fio narrativo com o jornalismo visual, o único elemento de contraste é o ícone que se repete no topo de cada matéria (figura 114).

Figura 114 – ícone de diferenciação de “Caminhoneiros: um ano depois”, *O Estado de S. Paulo* (21/05/2019)

Fonte: www.estadao.com.

No pacote digital, a visibilidade é comprometida porque é disponibilizada no menu Infográficos, um contrassenso, pois a série apresenta apenas um deles em estilo de mapa e gráficos básicos. A rolagem da página revela ao longo da narrativa os elementos multimídia. Na diagramação, fotos que encostam nas laterais da tela demarcam o começo de novo texto. A fragmentação ajuda a fazer o conteúdo surpreender com novas fotos a cada rolagem, focando nos atingidos. As imagens funcionam como “troca de página”, conforme foi detectado no indicador multimidialidade. O estilo de retrato e de fotografia instantânea da viagem cria um fio narrativo visual focado no aspecto humano, que aproxima o leitor do drama dos personagens. A experiência visual e a leitura do texto na web materializam de modo eficaz o tom da narrativa, embora esta merecesse mais valorização.

Nos resultados do parâmetro design, percebe-se a necessidade de uma diferenciação desse conteúdo, pois no impresso e no digital seguiu-se o básico do dia a dia, o que não ocorre com o conteúdo textual, que traz uma reportagem de fôlego. O papel fundamental do jornalismo visual, de valorizar o conteúdo, de certo modo foi coibido pela falta de contraste da reportagem especial no todo da edição. Talvez isso ocorra por ser uma matéria de acompanhamento da editoria de Economia, já que em demais publicações do gênero as matérias surgem por intermédio de um repórter que vem trabalhando no tema, ou seja, é pautada por acesso pessoal, conforme discussão da Teoria do Jornalismo no capítulo 2. Essa pauta tem um perfil corriqueiro porque aborda as consequências de um fato que dominou os noticiários com ampla cobertura. Não configura uma pauta “afetiva” da repórter.

Fabio Sales explica que no cotidiano faz reuniões semanais para organizar 45 reportagens especiais e “acontece muito também de algumas demandas serem pedidas pessoalmente, assim, às vezes com uma conversa comigo ou com alguma pessoa que trabalha na minha equipe”, colaborando com a teoria do acesso pessoal. A intenção é organizar a demanda para apresentar um conteúdo especial por semana no site. Na opinião de Rodrigo Menegat, jornalista visual da equipe de multimídia, no contexto da adaptação a vários formatos,

“a pior coisa é quando chega uma pauta pronta de um repórter pra gente adaptar, porque é um processo supertenso de negociação de qual formato é. E nunca fica do agrado de ninguém. Fica um Frankenstein. Acho que a pauta tem que ser pensada desde o início”. Nessa rotina, o impresso é quem tende a perder em visual. Menegat explica que “adaptar pro impresso é produzir dois materiais completamente distintos, com a mesma apuração. Você não consegue fazer a mesma coisa. Não funciona, é outro modo de leitura”.

A explicação dos membros da equipe demonstra como a rotina de produção determina a visualidade dos diferentes suportes, em resposta também às necessidades da leitura majoritariamente digital. Sales explica que ainda pensa muito no impresso, mas que essa realidade vai ter que mudar. “Pelas métricas, a gente sabe que 70% das pessoas acessam as contas do *Estadão* pelo celular. Então, hoje é o debate mais importante. É muito forte o consumo do leitor pelo celular, então tem impacto no processo de produção.” O planejamento da pauta se inverteu do digital para o impresso. Sales reconhece a necessidade da transformação; ele lembra as reportagens de Leonêncio Nossa mencionadas nesta pesquisa como exemplo da mudança, porque o processo de produção baseava-se no *desktop* como acesso principal. “A reportagem foi pensada para o *desktop* e adaptada para o celular. O processo de produção precisa ser modificado para que pense primeiro no telefone celular e adapte para outras mídias”. A editoria de arte ainda trabalha com demandas em que o impresso vem primeiro, da forma tradicional, mas revela-se menos prático, principalmente para os conteúdos de maior impacto, como as grandes reportagens. “Esse processo inverso é mais fácil, como o espaço do impresso é menor, é mais fácil você produzir o que é grande primeiro pra depois adaptar”, analisa Sales.

Nesta série analisada, fica clara a política da editoria de Arte: a predisposição à busca de narrativas visuais digitais e o texto longo, que ainda tem espaço, como explica Sales: “Algumas reportagens *longform* que a gente fez, eu não vou ter exemplificado aqui, elas têm, em média de tempo de página, coisa de 10 vezes mais de um tempo de página que o leitor leva numa página comum do *Estadão*”. A métrica leva à conclusão de um acesso mais interessado e aprofundado, mas que, segundo o diretor de arte, não funciona com todas as temáticas. “Existem reportagens que não conseguem o mesmo resultado. Então, é uma questão de experimentação, mesmo, e de moldar essa experiência do leitor conforme a coisa vai evoluindo”.

A leitura visual dessa reportagem mostra, a partir da pontuação, que a narrativa visual apresenta informação suficiente, mas que precisa melhorar. O índice mais baixo é do parâmetro

edição visual (1,75), devido aos desencontros entre os formatos e a falta de interatividade. Uma atribuição da edição, que deve ser pensada para os diferentes modos de ler. O destaque para esse jornal é a organização e a disponibilização da memória do produto impresso em versão digital. Pela data, por exemplo, é mais fácil resgatar uma matéria do impresso do que no formato digital. Mesmo que o jornal foque no seu público do celular, a tiragem de 97.125 mil exemplares (IVC, 2019) ainda é expressiva, representando grande parte da audiência total (impresso + digital) e deve prestigiar os seus leitores do papel. Em tempos de credibilidade jornalística em crise, é fundamental destacar as reportagens aprofundadas como um capital da marca *Estadão*.

8.3 INTERPRETAÇÃO VISUAL DA NARRATIVIDADE CONTEMPORÂNEA

A densidade do jornalismo visual praticado na atualidade na construção da grande reportagem coloca o leitor à frente de mapas multifacetados de informações. A elaboração, apesar da complexidade, necessita de uma equipe relativamente pequena, porém dotada de inúmeras habilidades e que trabalha afinada entre si para cumprir as demandas de adaptabilidade dos formatos digitais. Quando isso não ocorre, a qualidade do material decai. Nessa amostra, as quatro reportagens apresentam narrativas visuais fragmentadas, em modalidades informativas que se complementam em camadas para aprofundar a pauta. A grande reportagem evoluiu para um mapa, com pequenas narrativas orquestradas pela relação verbo-visual estabelecida, criando um pacote de informações no qual boa parte do conteúdo é visual.

Nesse sentido, ela ganha em investimento e o jornal de maior porte entre os pesquisados, o *Estadão,* reflete as tendências do mercado internacional, espelhando-se no modelo do *New York Times,* em que a visualização de grandes massas de dados é transformada em narrativas visuais para consumo digital, com menos textos e mais roteiro e imagens. Foi o jornal no qual ficou mais evidente uma virada de foco para a leitura digital. A produção de cadernos especiais, por exemplo, deixou de ocorrer em 2015. Os demais periódicos continuam a explorar esse nicho, mas precisam batalhar por espaço no impresso por conta do custo de produção.

No *Estado de Minas*, a editoria de Multimídia, constituída como um núcleo, propõe pautas e retroalimenta o jornal impresso, buscando conseguir, sobretudo, orçamento para construir as reportagens. Para a grande reportagem, após um período de investimentos nas primeiras décadas do século XXI, o modelo vem sendo menos desenvolvido em decorrência,

também, de uma crise geral do jornalismo de origem impressa, com a queda do número de leitores. Isso repercute nesses jornais na busca de profissionais com habilidades de vídeo, um conhecimento visual impensável para as necessidades de uma redação de veículo impresso até os anos 1990.

O vídeo foi um dos primeiros recursos multimídia a serem utilizados em grandes reportagens transpostas para o digital, como um adendo ao conteúdo do impresso. A naturalização de um recurso visual animado na reportagem de jornal é um acontecimento visual que reconfigura o artefato jornal. Se para o design gráfico de impressos o investimento diminui, no cenário digital o campo visual passa por uma agitação na busca de produzir narrativas atrativas de apuração densa e formato inovador. Dos quatro jornais visitados, apenas um deles, *O Povo*, ainda não experimentou com narrativas visuais mais complexas, como a realidade aumentada, infografia animada e visualização de dados. O forte desse veículo é a expressividade de um design narrativo para a página impressa, apresentando sofisticação de diagramação e cuidado editorial superior a jornais maiores, como o *Estadão*. Os entrevistados (Gil Dicelli e Demitri Túlio) mostraram essa preocupação em seus depoimentos, mas ainda esperam uma consolidação maior dos formatos para opinar sobre tendências.

O papel depende de anunciantes e parcerias. Os temas de grandes reportagens geradas por acesso pessoal dos repórteres diminuiriam gradativamente nos quatro anos observados. Os conteúdos especiais focam em temáticas comerciais e de promoção da própria empresa jornal. No *Jornal do Commercio*, a editoria de arte atende todo o sistema, incluindo o marketing. São inúmeras atribuições, além do fechamento do diário. Mesmo assim, continuam promovendo especiais de grande reportagem e demonstram certo entusiasmo em produzir algo diferente do dia a dia. O mesmo ocorre no *Estado de Minas* com a produção multimídia, embora todos os entrevistados concordem que a ousadia e a criatividade da redação também ocorrem no cotidiano.

O espaço da apuração aprofundada continua resistindo, sendo valorado pelos profissionais e permitindo experimentações narrativas, tendo como principal suporte o formato de pergaminho digital. A rolagem de todo o texto em uma só janela requer um raciocínio linear, invertendo a lógica da diagramação em página dupla e, de certo modo, há um empobrecimento das sintaxes visuais. Na reportagem de *O Povo*, o material digital não consegue acompanhar a coesão gráfica do caderno. Uma constatação da pesquisa é a necessidade de economizar no ornamento quando se trabalha com várias plataformas. A necessidade de adaptação gera dificuldades para os designers das plataformas digitais; isso fica claro tanto em “A seca que

matou os peixes", quanto em "Travessia", nas quais os recortes das fotos e os desenhos em aquarela foram aproveitados de forma incipiente no suporte digital. Já em #umaporuma o design se integra em todos os formatos, gerando uma identidade marcante.

Quanto aos parâmetros da matriz metodológica, **narrativa visual**, **edição visual**, **design** e **visibilidade** apontaram equipes bastante profissionais e comprometidas em contemplar as grandes reportagens com recursos visuais diversificados e informativos. Em três casos (*O Povo*, *Jornal do Commercio* e *Estado de Minas*) a narrativa visual do impresso cria o espaço da história pela visualidade do design como um todo. A narrativa fotográfica, mesmo no exemplo de "Travessia", uma reportagem de viagem, não reproduz a clássica fórmula do 3 + 1 de Freeman. A maioria das reportagens cria o espaço narrativo pelos elementos de design descritos por Block, ou seja, pelos elementos de expressão. As cores e os desenhos que permeiam os textos, os grafismos da tipografia e os recortes de fotos, elementos de estilo associados ao conteúdo textual, informam o leitor pelo todo. No exemplo do *Estadão*, também uma reportagem de viagem, a narrativa busca o estilo 3+1, no entanto, a falta de espaço no impresso, apontada pela análise, só permitiu o desenvolvendo da narrativa com abertura, corpo, clímax e fechamento no formato digital.

Já a rolagem linear favorece a roteirização visual, em que a fotografia é protagonista da narrativa, com momentos de contextualização com diversas fotos (galerias), imagens de abertura e destaque. Infográficos e vídeos funcionam como clímax ou abertura em ambos os formatos. No gerenciamento da atenção, as narrativas incluem camadas em movimento como pontos-chave para quebrar a monotonia da rolagem extensa. Uma constatação da pesquisa é a relação temporal que se estabelece com o texto lido nas telas ou no impresso. O esforço visual mais intenso para a leitura em telas menores gera a impressão de um tempo maior de atenção do que o dispendido em um mesmo texto no papel. Há ainda uma ansiedade, gerada pela indeterminação do tamanho do conteúdo no suporte digital. Assim, a constituição de um bom roteiro é condição básica.

O parâmetro edição evidenciou, em todos os casos, a necessidade de um planejamento rigoroso de todos os suportes potencialmente resultantes das apurações em profundidade. O rigor editorial em todos os materiais é um desafio das grandes reportagens multimídia associadas a veículos impressos. Nos casos analisados, os profissionais da forma e da imagem obtiveram melhores resultados quando colaboraram desde o começo da discussão da pauta. Em "#umaporuma" e "Travessia", ilustrações misturadas com fotografias foram planejadas, mas apenas na primeira a edição consegue incorporar os desenhos em todos os suportes. Na segunda,

o desenho acaba por ser um detalhe no digital e não compõe a página com a mesma força do impresso. Fica claro que o tipo de arte escolhida promoveu dificuldades de adaptação, assim como ocorreu com os recortes nas fotos do caderno "A seca que matou os peixes". Na reportagem sobre os caminhoneiros do *Estadão,* o rigor no impresso é prejudicado pela falta de espaço e na web a edição precisa se preocupar em destacar o formato como conteúdo especial, com uma identidade visual que valorize a grande reportagem do material ordinário.

O destaque do conteúdo em um *hotsite* é semelhante ao efeito criado pelo caderno especial no impresso. Quando o design recorre a esses formatos, a grande reportagem ganha valorização em um espaço privilegiado para o desenvolvimento de designs narrativos, ou seja, que além de organizar o material, utiliza os recursos da forma para comunicar o conteúdo, como ocorre com as fontes decorativas, as texturas e as ilustrações no exemplo de *O Povo*, *Estado de Minas* e *Jornal do Commercio.* No *Estadão*, o design não é narrativo, sua função é hierarquizar. A comunicação visual se dá pelo encadeamento das fotos e gráficos informativos em um modo bastante clássico de organização de uma reportagem. Sobretudo na versão digital, o estilo documental das fotos leva o leitor a experimentar momentos íntimos do cotidiano dos caminhoneiros com imagens associadas e sequencias aliadas à narrativa textual.

O parâmetro mais deficitário dos casos analisados foi a visibilidade. Grandes reportagens agregam criatividade, inovação, apuração detalhada, mas poderiam ter um lugar mais acessível ao público na recuperação da informação. O teor aprofundado do gênero gera conteúdos com rigor de registro histórico, muitas vezes atemporais, que poderiam ser mais acessíveis. A memória dos impressos não está bem preservada. Alguns materiais produzidos para os sites, como o especial "Os sertões", apresentam links quebrados e tornaram-se inacessíveis, assim como muitos conteúdos de vídeo e áudio também apresentaram falhas durante a pesquisa. Não foi o caso das reportagens escolhidas para a análise, mas ocorreu durante o processo de exploração sistemática dos links dos especiais.

Um aspecto observado foi a tendência em construir narrativas de grandes reportagens baseadas em perfis. Esse estilo fragmenta a narrativa e gera empatia com as temáticas, porque explora um tema repercutindo na vida de pessoas comuns. Mas configura-se como uma fórmula que pode ser repetitiva. Daí a necessidade de pensar formatos diferenciados com identidade visual marcante. Para o repórter, pensar o formato deixou de ser uma conformação de tamanho de texto para se tornar um exercício de edição de possibilidades infinitas.

O uso abrangente dos aspectos multimídia e a forma de produção editorial apontam para um futuro do jornalismo visual de grande reportagem com alto grau de complexidade no

cruzamento de dados e suportes. A possibilidade de desenvolver uma grande reportagem se desdobrando no tempo, como ocorre em "#umaporuma", reorganizando continuamente os dados e histórias e mantendo sua visibilidade e recuperação, locomove o lugar das coberturas em profundidade para outros níveis de construção narrativa visual. O design e as imagens se apresentam como meio de organizar a informação e também transformar dados em informações visuais ao materializar, em gráficos e conteúdos diversos, o material jornalístico apurado. As reportagens observadas apresentam forte valorização do visual na construção editorial e os resultados demonstram uma reportagem mais visual e de narrativa fragmentada, proporcionando um quadro complexo de interpretação dos temas abordados.

Quanto à metodologia, a organização proposta por Codina (2004), associada aos parâmetros advindos da narrativa jornalística, da imagem e do design trouxe apontamentos para uma visão abrangente da cultura visual e do seu processo de produção. O método, inclusive, pode se restringir a algum desses dois campos: a análise do produto ou a análise de sua produção. Aqui, como a costura busca entender os elementos fundamentais de construção de um jornalismo visual, as entrevistas foram fundamentais no entendimento das forças que interagem nesse fazer. O método se mostra extenso e é mais apropriado a uma análise de *corpus* enxuto, pois são muitas as variáveis a serem analisadas. Outra particularidade é a flexibilidade de adaptação do método, já que parâmetros e indicadores podem servir a diferentes modos de análise.

9. CONCLUSÕES EM TRANSFORMAÇÃO DE UMA ERA VISUAL PARA OS JORNALISTAS

No século XXI, os olhos atentos às telas são bombardeados por estímulos visuais a cada rolagem com os dedos nos pergaminhos digitais da imprensa. Estamos diante de um jornalismo cada vez mais visual. A observação revela a evolução de uma prática quase que exclusivamente verbal para outra, de orquestração de diversas linguagens, configurando um desafio editorial para o jornalismo. Dessas linguagens, o aparato visual é, sem dúvida, o mais mobilizado. Essas premissas respondem à parte dos objetivos desta pesquisa, de demonstrar as características de narrativas visuais do jornalismo de grande reportagem, buscando pelas rupturas, continuidades e potencializações de seu percurso, para compreender o que ainda coexiste nas produções contemporâneas. Nesse contexto, defende-se a grande reportagem brasileira como catalizadora e influente no desenvolvimento da linguagem visual jornalística, sendo um *locus* de inovação desde o início da constituição da reportagem no país.

Essa era uma das hipóteses da pesquisa, que se materializou nas referências encontradas na bibliografia desde os primórdios da reportagem brasileira. Os textos consagrados de João do Rio, Benjamin Costallat e mesmo de Euclides da Cunha, relacionavam-se com construções imagéticas em suas origens. Nos leiautes das revistas *O Cruzeiro, Diretrizes, Quatro Rodas e Realidade* e dos jornais, *do Brasil* e *da Tarde*, o testemunho gráfico do progresso da reportagem para ler e ver promoveu inovações na imprensa. Entretanto, o desenvolvimento da área no Brasil foi lento em relação à imprensa internacional e marcado pela participação estrangeira nos processos de mudança, seja contratando profissionais, ou imitando leiuates consagrados.

As potencializações, rupturas e permanências encontradas nesse percurso foram norteadas pelas dimensões do jornalismo, da imagem e do design. A primeira, que define os conteúdos, formatos e paradigmas éticos, é a mais estável e costuma ser provocada pelas mudanças na esfera da cultura visual – representada, nesta tese, pela imagem e o design. Essas duas dimensões, ao longo do século XX, promoveram modificações até mesmo conspiratórias para os paradigmas do jornalismo, introduzindo nas redações técnicas publicitárias para o exercício da edição da reportagem, muitas vezes mal vistas pelos puristas do texto. A cada reforma, o tamanho do texto veio diminuindo e, na medida que a cultura visual se diversificava, novos elementos editoriais, mais fragmentados e visuais, passaram a fazer parte da cultura visual jornalística. Na grande reportagem, o exercício de fragmentação da narrativa com novos módulos visuais para a composição da página ganhou força com a digitalização. O modelo de

reportagem longa, descritiva e interpretativa deixou de ser o único formato de grandes reportagens. As séries de jornal dão lugar a caderno especiais, espaço privilegiado para a expressão dos designers e para experimentações fotográficas, porque muitos são desenvolvidos sem anúncios, deixando a página livre para a expressão. Nesse formato, a fragmentação do texto se dá em tamanhos semelhantes, dividindo os conteúdos por página.

No diálogo com profissionais de design que passam a integrar de forma mais efetiva a produção como uma editoria, percebe-se que os jornalistas introjetam a importância da linguagem combinada do verbal com o visual. As entrevistas para a tese e os depoimentos encontrados em livros de memórias sobre redações revelaram um processo de aculturação lento, que reflete uma formação mais preocupada com o texto. Jornalistas que vieram a desenvolver atividades de design gráfico ou edição visual foram autodidatas. Fotojornalistas compõem um grupo profissional mais coeso, que consolidou sua valorização como jornalistas visuais nos anos 1940. Há uma atenção especial a esse episódio, justamente porque as grandes reportagens foram importantes na consolidação da imagem fotográfica na imprensa e, consequentemente, do próprio jornalismo visual no país. Uma das permanências encontradas foi o uso narrativo da imagem fotográfica, configurando-se como elemento de afirmação da objetividade, dos efeitos de verdade e reconstituição de cenas. Trabalhos de um caráter expressivo mais autônomo, como os exemplos de *O Cruzeiro* e *Realidade,* não se configuram mais como uma característica das grandes reportagens; ao contrário, há certa regularidade expressiva na fotografia.

Já os profissionais da editoria de arte, tais como artistas gráficos e diagramadores, antes separados da redação fisicamente, quando conquistaram o *status* de designers, seja pela formação acadêmica ou pela experiência notória, conseguiram impor seus estilos na construção do jornalismo visual. Sobretudo no impresso, o design moderno clássico, com a montagem de texto e fotos sem efeitos gráficos, deu lugar ao rebuscamento, ao adorno e ao recorte de fotos, na busca por construir sentidos com as formas. Com as possibilidades de experimentação da produção digital, a estética da remixabilidade suplantou as construções clássicas na visualidade da grande reportagem, propiciando liberdade ao design gráfico.

Já o ambiente digital é, por natureza, carregado de estímulos visuais. Nas grandes reportagens o corte seco nas fotos, o encadeamento, o roteiro em uma estética de caráter didático são mais valorizados do que o design de uma página-imagem, ou seja, do que leiautes não lineares que são percorridos pelos olhos em um período de tempo mais curto, mais precisamente ao folhear as páginas. Na *web*, o todo visual só se configura na rolagem em uma indeterminação de tamanho, que deve ser levada em conta para a construção dos textos. Essa também foi uma ruptura identificada na pesquisa: o modo de leitura determina as formas de

produção jornalística. Esse aspecto fica nítido com a chegada dos sites, quando se tentava reproduzir a estética dos jornais e revistas na internet, inclusive com grandes reportagens dispostas com leiautes em duas colunas. Algo que perdeu a eficácia na leitura linear nas telas de celular.

Na grande reportagem, esse processo de aculturação visual do jornalista é percebido na transição entre os especiais multimídia, organizados à luz dos parâmetros visuais do impresso, funcionando na *web* como complementos, e as grandes reportagens multimídia de rolagem contínua, estrutura na qual a narrativa visual se integra ao texto, funcionando como parte e não como adendo – algo que também só foi possível com a melhoria do tempo de carregamento das páginas. O fato é que o os repórteres e toda equipe envolvida em projetos especiais passaram a desenvolver conteúdos que podem ser transpostos para diversas plataformas, sem comprometer o fluxo produtivo e a qualidade dos materiais. O texto é o norteador da narrativa e, a partir dele, o visual se consolida, mas aquilo que se extrai da apuração da reportagem como conteúdo visual pode também ter vida independente, como os vídeos e as sequências de fotografias. A grande reportagem engendra a autoria coletiva porque as narrativas digitais solicitam essas camadas informativas diversas.

Ao mesmo tempo, os diretores de arte passaram a integrar uma parte importante da administração das redações, porque organizam o fluxo de produção e avaliam a capacidade da equipe em realizar determinadas tarefas. As necessidades técnicas da produção de um texto são aprendidas na escola, diferente do pensamento visual, que é introjetado sem o estudo do código e suas influências. Na redação, isso repercute quando ocorrem os processos de transição. Os profissionais ligados ao visual tendem a aceitar com mais naturalidade as transformações e novidades no sistema comunicacional. Nas escolas de jornalismo, as disciplinas voltadas à produção visual, e mesmo a bibliografia do jornalismo, seguem apartadas em nichos. Quando a cultura visual se instala nos meandros da produção, forçando uma readequação, as mudanças no texto ocorrem gradativamente. Nos jornais, essas mudanças, conhecidas como reformas, são cada vez mais frequentes, uma tentativa de conter a crise da fuga de leitores do impresso e da abundância de informação disponível.

O modelo de mercado atual privilegia a forma vertical e linear, que tende a ser hegemônica. A lógica da diagramação dos jornais começa a ser substituída pela de pergaminho, na qual o sequenciamento e a ideia de roteiro visual mobilizam as expressões do jornalismo visual. Um novo momento de transformação no percurso foi detectado pela pesquisa, uma espécie de inversão da diagramação. No caso do jornal, que não é um nativo digital, até meados da década de 2010 as reportagens especiais seguiam a lógica do impresso, que conformava o

tamanho dos textos. Nesta pesquisa foram reconhecidos indícios de que os jornalistas visuais estão projetando primeiro para o formato digital. Se nos primórdios da convivência dos digitais com os impressos a adaptação era do impresso para o digital, o momento agora é de adaptar conteúdos digitais aos impressos.

Esse processo está gerando uma renovação das funções, porque cada vez mais são necessários profissionais programadores que aparecem nos expedientes como *front-ends* e *back-ends*, responsáveis por desenvolver os códigos que nos permitem ver as páginas. No dia a dia, os conteúdos dos jornais recorrem a sistemas com *templates* publicadores, mas nas grandes reportagens é fundamental o suporte dessa área para construir códigos para narrativas diferenciadas, principalmente quando se incluem visualizações de dados complexos, infográficos animados ou leiautes com geolocalizações e itens animados. O contexto de inversão da prioridade do impresso aponta para a substituição dos diagramadores pelos programadores, sendo necessário ao jornalista aprender o básico desses códigos para saber as possibilidades práticas do formato ou mesmo programar.

O digital possibilita para o jornalismo visual a criação de ambientes diversificados do leiaute padrão porque funcionam com um todo independente, assim como os cadernos especiais – sem anúncios e que podem inclusive ser confeccionados em papéis especiais –, um modelo que tende a existir apenas em momentos pontuais, comemorativos ou patrocinados. O momento áureo dos cadernos especiais foi, sem dúvida, os primeiros anos do século XXI até meados da década de 2010, quando ainda se tentava um renascer dos formatos impressos em uma aposta no diferencial da profundidade. Com o aperfeiçoamento das narrativas digitais e da leitura nas telas de celulares, as possibilidades de criação visual nas grandes reportagens multimídia reconfiguram sua visualidade e dão novo fôlego à criatividade, assim como o desenvolvimento de reportagens visuais.

Se havia uma necessidade de valorização da programação visual, essa etapa se consolidou a ponto de fomentar a existência da própria nomenclatura de jornalista visual nas redações. Essa era uma hipótese da pesquisa, pois ao longo da minha própria trajetória profissional reconheci poucos jornalistas com aptidão para a edição visual de páginas. O conhecimento específico desses profissionais, *jornalistas-designers,* se baseava em diferentes escolas (jornalismo, design, artes, fotografia) que os dotavam da particularidade de orquestrar os conteúdos em linguagens múltiplas, diagramando e criando soluções visuais informativas, didáticas e envolventes, ou seja, colocando em prática o jornalismo visual. Por outro lado, poucos designers eram dotados de conhecimentos editoriais e, muitas vezes, atuavam como embelezadores de notícias, conforme bem lembrou um dos entrevistados da tese, seguindo as

ordens de um jornalista que não sabia embelezar, mas orquestrava as soluções gráficas como *designer-jornalista*. Foram observações da prática profissional confirmadas e alargadas pela investigação desta pesquisa. A importância que a área adquiriu ao longo do tempo no jornalismo formou um campo específico de atuação para um jornalista visual, um repórter ou editor preocupado com a narrativa visual necessária a cada conteúdo. Função de natureza criativa, apontada nesta pesquisa como um campo consolidado e em expansão, na medida em que os modos de leitura têm evoluído para um ambiente de convergência de linguagens com percursos lineares.

A matriz metodológica criada para decompor as grandes reportagens multimídia reflete a riqueza de elementos visuais com a qual temos contato ao desenvolver reportagens. A resultante do método avaliativo de Codina (2004) e analítico de Medeiros (2020) para organizar e nortear a análise deu origem a uma matriz metodológica que pode ser aplicada a suportes diversos de edição visual. Um método que pretende ser uma contribuição para avaliação, análise e ensino do jornalismo visual e que poderá ainda ser aperfeiçoado.

Aspectos estruturais, funcionais e expressivos da narrativa representados por recursos visuais são um tecido espesso de camadas na construção do jornalismo de profundidade. Os nexos verbo-visuais, desvelados pelo olhar atento ao todo narrativo, demonstram o amadurecimento do jornalismo visual como conteúdo. Longe de apenas ilustrar os textos, compõem interpretações complexas descritas no parâmetro narrativa visual. Uma dificuldade do formato é manter o rigor de edição em todas as camadas de informação. Os jornalistas visuais encarregados da edição necessitam, nesse contexto, se projetar como editores multimídia.

Para dar forma e expressão aos textos são mobilizadas equipes multidisciplinares que, no momento atual, estão em busca de inovação, enquanto o modo visual de formatar uma notícia ou reportagem se configura como estratégica. O jornalismo frequentemente mobilizou uma necessidade de revelar, mostrar ao leitor uma realidade interpretada pelo repórter ou repórteres. Seja no texto sem imagens e hermeticamente descritivo e sensorial ou nas reportagens produzidas com imagens, animações e efeitos procuram aproximar o leitor da história, emprestando seus olhos e ouvidos. O movimento de valorização de conteúdos com narrativas visuais na *web* provoca intenções comunicativas de reação física nos leitores e envolvimento imersivo por meios visuais e também auditivos. Alguns desses materiais foram catalogados como grandes reportagens visuais, pois não apresentam textos longos, que eram o objeto da tese, mas reúnem, mesmo assim, vasto conteúdo de profundidade na narrativa visual. Os jornais têm investido em formatos que possam surpreender e mostrar capacidades criativas

aos leitores, uma “pescaria” por atenção com iscas visuais. Esses exemplos configuram-se também como indícios do quão rico é ainda o jornalismo visual como objeto de pesquisa.

Durante esse percurso, buscou-se na literatura científica do jornalismo brasileiro menções à questão visual em autores que estudaram a reportagem. As abordagens são quase que exclusivamente sobre o texto, enquanto outras se detêm no design ou na fotografia. A abordagem aqui desenvolvida reuniu essas referências dispersas em um documento com a intenção didática de apresentar o jornalismo visual recorrente na reportagem brasileira. Essa é uma tentativa de colaborar com o ensino do jornalismo visual no país sem precisar recorrer aos exemplos estrangeiros. Entre os objetivos específicos da tese, estava a necessidade de mapear as grandes reportagens, reconhecendo as características de suas narrativas visuais e criando uma abordagem ilustrada. No bojo da tese, são apresentadas mais de 100 figuras de leiautes que representam fases importantes da visualidade do gênero. Essa abordagem revelou momentos emblemáticos da grande reportagem brasileira, demonstrando que o jornalismo visual documentou e interpretou temáticas fundamentais do país ao longo dos anos, construindo coleções de imagens com força de documentos históricos, tais como as fotografias dos indígenas e de tantos brasileiros anônimos retratados.

A atração dos repórteres pela abordagem das histórias por meio de exemplos individuais é uma permanência desse percurso, que foi impulsionada pelas revistas *Diretrizes* e *Realidade*. A primeira delas ousou na documentação e exposição de pessoas anônimas na capa, estilo que *Realidade* vai aprimorar, principalmente em seu miolo. A narrativa textual calcada nos personagens é uma prática que favoreceu o retrato. As grandes reportagens de jornais observados na contemponeidade exploram o depoimento e a imagem de pessoas comuns para construir as narrativas. É quase uma regra a organização por meio de perfis, o que vem tornando a produção fotográfica para a grande reportagem homogênea. Esse estilo facilita a organização diagramática nos pergaminhos digitais, compondo cada história como um capítulo, assim como facilita a distribuição dos textos em páginas individuais para cadernos ou séries nos impressos. Uma configuração que ganha em eficácia na *web,* com a possibilidade de apresentar os personagens em movimento nos vídeos. Outra tendência é a incorporação do áudio nas grandes reportagens, aparecendo entremeado ao texto e aproximando o leitor dos personagens e da experiência do repórter.

A prática de reportar carrega a mística de descortinar e aproximar mundos. A observação dos leiautes das grandes reportagens abordadas na pesquisa mostra uma tradição do gênero em funcionar como olhos para aqueles que não podem testemunhar certas realidades. Essa marca das narrativas brasileiras se mostra perene em todo o percurso. A reportagem sobre

bairros periféricos, por exemplo, é recorrente em uma busca por personagens que desmistifiquem os dramas que estão cotidianamente nos noticiários, como a violência e o descaso com os problemas sociais. Sobrevivem na grande reportagem intenções culturais, sociais e humanitárias de interesse público, que empolgam as equipes em meio ao cotidiano das notícias. Nesse sentido, a hipótese de que a grande reportagem é um *locus* de experimentação e criatividade do jornalismo se confirmou no contexto da edição visual.

Um passo a ser dado é a valorização acadêmica do jornalismo visual, ajudando a formar mais profissionais destemidos para o cargo. O rigor e a profundidade dos formatos visuais já se consolidaram, demandando a construção de conhecimento crítico para que os recursos visuais não sejam apropriados pelo domínio da banalidade, do sensacionalismo ou do deleite estético sem função de interesse público. O diferencial da produção visual jornalística é o seu compromisso com informações verídicas relacionadas à elucidação de fatos, fenômenos e acontecimentos, e ajudando o leitor a tomar conhecimento do contexto social. A apropriação profissional das linguagens visuais potencializa os discursos e funciona como importante ferramenta em meio à crise da imprensa e a ascensão de *youtubers* e sites despreocupados com o rigor da informação.

Em uma revisão dos leiautes percorridos na construção desta tese, o jornalismo visual da grande reportagem brasileira revelou civilizações, sorrisos de crianças esperando a hora de morrer, de brasileiros alimentando-se de criatividade, dos tabus das periferias, dos anseios da juventude, de submundos, de aventuras, de secas e superações. Para além dos parâmetros gráficos, encontra-se aqui um documento de tantas realidades brasileiras retratadas nas grandes reportagens. Na busca dos nexos visuais do formato sobrevive a todas as épocas a mobilização da empatia. Ao focar em histórias de vida ou em problemas sociais, a grande reportagem ofereceu, ao longo de sua trajetória, narrativas visuais que nos aproximam. No contexto do final da década de 2010, uma ascensão de pensamentos fascistas tem se imiscuído perigosamente em esferas do poder e se propagado pelas redes, nas quais estímulos visuais reforçam esses discursos. Na defesa de um jornalismo visual comprometido com os preceitos éticos da profissão, compreende-se como fundamental a produção visual da grande reportagem como um agente mobilizador da empatia, fazendo frente àqueles que buscam a narrativa da exclusão como solução social.

REFERÊNCIAS

ANDIÓN, Marguerita Ledo. **Foto-xoc e xornalismo de crise**. A Coruña: Ediciós do Castro, 1988.

A REVISTA no Brasil. São Paulo - SP: Editora Abril, 2000.

ABDALA JUNIOR, Benjamin. **Introdução à análise da narrativa**. São Paulo - SP: Scipione, 1995.

ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo - SP: Companhia Nacional, 2009.

ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. **História da fotorreportagem no Brasil**: a fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900. Rio de Janeiro - RJ: Elsevier, 2004.

ARAUJO, Genilda Oliveira de; MAGER, Gabriela Botelho. Contribuições da Nova Tipografia e do Estilo Internacional para a hierarquização visual da informação. **Infodesign**. São Paulo - SP, v. 16, n. 2, p. 119-142, 2016.

ARBEX, Daniela. **Expedição Rio de S. Francisco nas águas de Halfeld**. Caderno Especial. Juiz de Fora: Tribuna de Minas, 20 dez. 2015.

_____. **Holocausto brasileiro**. São Paulo - SP: Geração Editorial, 2013.

ASSOCIAÇÃO DE PERIODISTAS GRÁFICOS EUROPEUS. Disponível em: <https://apge.org/que-es-el-periodismo-grafico/>. Acesso em 10 ago. 2017.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. 3. ed. Campinas - SP: Papirus, 1993.

AZEVEDO, Dúnya. A evolução técnica e as transformações gráficas nos jornais brasileiros. **Mediação**, v. 9, n. 9, jul./dez. de 2009, Belo Horizonte - MG: UEMG.

AZEVEDO, Carlos. Paz para um índio vencido. **Quatro Rodas**. São Paulo: Editora Abril. Ano 5, n. 55, 1965.

BACCIN, Alciane Nolibos. **Como contar histórias?** O hipertexto jornalístico na reportagem hipermídia. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre - RS, 2017.

BACCIN, Alciane; SOUSA, Maíra Evangelista de; BRENOL, Marlise. **A realidade virtual como recurso imersivo no jornalismo digital móvel**. 3º Congresso de Jornalismo para Dispositivos Móveis, Universidade da Beira Interior, Covilhã - Portugal, 2016.

BAEZA, Pepe. **Por una función crítica de la fotografía de prensa**. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**: as técnicas do jornalismo. 4. ed, v. 2, 1990.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa**: Brasil, 1900-2000. Rio de Janeiro - RJ: Mauad X, 2007.

BARNHURST, Kevin; NERONE, John. **The form of news**: a history. Guilford Press, 2002.

BARROS, Manoel de. **Poemas rupestres**. Rio de Janeiro - RJ: Record, 2004.

BENJAMIM, Walter. **A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre - RS: Zouk, 2012.

BERGER, John. **Modos de ver**. Lisboa - Portugal: Edições 70, 1972.

BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade:** tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis - RJ: Vozes, 1985.

BIBLIOTECA NACIONAL. Disponível em: <www.bn.gov.br>. Último acesso em 25 jan. 2020.

BILAC, Olavo. Fotojornalismo. **Gazeta de Notícias**, 13 jan. 1901.

BLOCK, Bruce. **Narrativa visual**: creación de estructuras visuales para cine, vídeo y medios digitales. 2. ed. Ediciones Omega S.A, 2008.

BONSIEPE, Gui. **Design**: do material ao digital. Florianópolis - SC: FIESC/IEL, 1997.

_____. Educação para o design visual (1965). In: **Textos clássicos de design gráfico**. BIERUT, Michael; HELFAND, Jessica; HELLER, Steven; POYNOR, Rick. São Paulo - SP: WMF Martins Fontes, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. São Paulo - SP: Jorge Zahar, 1997.

BUITONI, Dulcilia Schroeder. **Fotografia e jornalismo**: a informação pela imagem. São Paulo - SP: Saraiva, 2011.

BULHÕES, Marcelo. **Jornalismo e literatura em convergência**. São Paulo - SP: Ática, 2007.

BURGI, Sérgio. **Guerra de Canudos pelo fotógrafo Flávio de Barros**. Disponível em: <http://brasilianafotografica.bn.br/?p=3002>. Acesso em: 18 nov. 2018.

_____. O fotojornalismo humanista em *O Cruzeiro*. In: COSTA, Helouise; BURGI, Sérgio (Orgs.). **As origens do fotojornalismo no Brasil**: um olhar sobre *O Cruzeiro* (1940-1960). São Paulo - SP: Instituto Moreira Salles, 2012, p. 31-39.

BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à Internet. 3. ed. Rio de Janeiro – RJ: Zahar, 2016.

_____. **Testemunha ocular**: história e imagem. Bauru - SP: Edusc, 2004.

BROWN, Emily; CAIRNS, Paul. **A grounded investigation of game immersion**. In: CHI'04 – Conference on Human Factors in Computing Systems (2004). Viena, Áustria. Nova York: ACM Press, 2004.

BREED, Warren. Controlo social da redacção. Uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo, questões, teorias e estórias**. Portugal: Vega, 1999.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet. Rio de Janeiro - RJ: Jorge Zahar, 2004.

CABRERA, María Ángeles; LÓPEZ, Samuel Granados. El periodismo gráfico desde una perspectiva semiótica: información, interpretación y opinión en la representación estadística de la actualidad. **Textual & Visual Media**. n. 1, 2008, p. 121-144.

CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. **Design editorial**: jornais e revistas / mídia impressa e digital. São Paulo - SP: Gustavo Gili: Barcelona, 2014.

CANAVILHAS, João Canavilhas; BACCIN, Alciane. Contextualização de reportagens hipermídia: narrativa e imersão. **Brazilian Journalism Research**, v. 1, n. 1, 2015.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: 7 caraterísticas que fazem a diferença. Covilhã, UBI: LabCom, 2014.

_____. **Webjornalismo**: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em 20 dez. 2018.

CANDAU, Joël. **Memória e identidade**. São Paulo - SP: Contexto, 2014.

CARDOSO, Rafael (Org.). **O design brasileiro antes do design**: aspectos da história gráfica. 1870 - 1960. São Paulo - SP: Cosac Naify, 2005.

_____. **Design para um mundo complexo**. São Paulo - SP: Cosac Naify, 2013.

CATALÀ, Josep Maria. **La imagen compleja**: la fenomenologia de las imágenes en la era de la cultura visual. Barcelona: Bellaterra, 2005.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo - SP: Contexto, 2015.

CLIFFORD, James. **A experiência etnográfica**: antropologia e literatura no século XX. Rio de Janeiro - RJ: Editora UFRJ, 2002.

CASAGRANDE, Ferdinando. **Uma ousadia que reinventou a imprensa**. Rio de Janeiro - RJ: Record, 2019.

CODINA, Lluís. **Metodología de análisis y evaluación de recursos digitales en línea**. Espanha: UFP, novembro de 2004.

COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa**: um curso sobre a sua estrutura. São Paulo – SP: Editora Ática, 1993.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto gráfico**: teoria e prática da diagramação. São Paulo - SP: Summus Editorial, 1987.

COSTA, Helouise; BURGI, Sérgio (Orgs.). **As origens do fotojornalismo no Brasil**: um olhar sobre *O Cruzeiro* (1940-1960). São Paulo - SP: Instituto Moreira Salles, 2012.

COSTA, Helouise. Surpresas da objetiva: novos modos de ver nas revistas ilustradas modernas. In: SAMAIN, Etienne (Org.). **Como pensam as imagens**. Campinas - SP: Editora da Unicamp, 2012a, p. 153-173.

_____. Entre o global e o local: a invenção da revista *O Cruzeiro*. In: COSTA, Helouise, BURGI, Sérgio. (Orgs.). **As origens do fotojornalismo no Brasil**: um olhar sobre *O Cruzeiro* (1940-1960). São Paulo - SP: Instituto Moreira Salles, 2012b, p. 7-39.

_____. A invenção da revista ilustrada. In: COSTA, Helouise; BURGI, Sérgio (Orgs.). **As origens do fotojornalismo no Brasil**: um olhar sobre *O Cruzeiro* (1940-1960). São Paulo - SP: Instituto Moreira Salles, 2012c, p. 301-323.

_____. **Um olho que pensa estética moderna e fotojornalismo**. Tese (doutorado) Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo - SP, 1998.

COSTA, Luciano. **Jornalismo imersivo de realidade virtual**: aspectos teóricos e técnicos para um modelo narrativo. Covilhã, Portugal: LABCOM-IFP, Universidade da Beira Interior, 2019.

COSTALLAT, Benjamin. **Mistérios dos Rio**. Rio de Janeiro - RJ: Benjamin Costallat & Miccolis, s.d.

CUNHA, Euclides da. **Os sertões**. v. 1 e 2. São Paulo - SP: Abril, 2010.

CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo da. Andrés Guevara e a evolução gráfica do jornal *O Povo*. In: **Anais** do VII Encontro Nacional de História da Mídia, 2009, Fortaleza, Ceará.

CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador**: visão e modernidade no século XIX. Rio de Janeiro - RJ: Contraponto, 2012.

DE LA PEÑA, Nonny. **The future of news?** Virtual Reality. Disponível em <http://www.ted.com/talks/nonny_de_la_pena_the_future_of_news_ virtual_reality#t-724> Acesso em 15 out. 2019.

DIÁRIO CATARINENSE. **As quatro estações de Iracema e Dirceu**. Disponível em: <http://www.clicrbs.com.br/sites/swf/DC_quatro_estacoes_iracema_dirceu/>. Acesso em: dez. 2018.

DICELLI, Gil. Multiplicação da morte. Caderno Especial, **O Povo**, 30 ago. 2016.

_____. Universo de benquerenças. Caderno Especial, **O Povo**, 08 mai. 2017.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **A imagem sobrevivente**: história da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg. Rio de Janeiro - RJ: Contraponto, 2013.

DIKOVITSKAYA, Margaret. **Visual culture**: the study of the visual after the cultural turn.Cambridge, MA: MIT Press, 2005.

DON QUIXOTE. **Pela República**. Rio de Janeiro - RJ: Don Quixote, 13 mar.1897.

ERBOLATO, Mario. **Jornalismo gráfico**: técnicas de produção. São Paulo - SP: Loyola, 1981.

EVANS, Jessica; HALL, Stuart (Orgs.). **Visual culture**: The reader. London: Sage, 1999.

FARO, J. S. **Revista Realidade, 1966-1968**: tempo de reportagem na imprensa brasileira. Canoas - RS: Editora da Ulbra/AGE, 1999.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro - RJ: Nova Fronteira, 1998.

FERREIRA JUNIOR, José. **Capas de jornal**: a primeira imagem e o espaço gráfico visual. São Paulo - SP: Senac, 2003.

FIRMO, Walter. 100 dias na Amazônia. **Jornal do Brasil**. Caderno B, 07 jan. 1964.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo - SP: Cosac Naify, 2007.

_____. **O universo das imagens técnicas:** elogio da superficialidade. 2. ed. São Paulo - SP: Annablume, 2009.

FONSECA, Letícia Pedruce. **A construção visual do Jornal do Brasil na primeira metade do século XX**. Dissertação (mestrado). Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro - RJ, 2008.

FREIRE, Eduardo Nunes. **O design no jornal impresso diário**: do tipográfico ao digital. *Revista Galáxia*, São Paulo - SP, n. 18. p. 291-310, dez. 2009.

_____. **Influência do design de notícias na evolução do discurso jornalístico:** um estudo de caso do jornal O Estado de São Paulo. Dissertação de Mestrado. Salvador - BA: UFBA, 2007.

FREEMAN, Michael. **A narrativa fotográfica**: a arte de criar ensaios e reportagens visuais. Porto Alegre - RS: Bookman, 2014.

FUSER, Igor (Org.). **A arte da reportagem**. v. 1. São Paulo - SP: Página Aberta, 1996.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro - RJ: Zahar, 1978.

GERVAIS, Thierry. **L'Illustration photographique**: Naissance du espetacle de I'information. Tese (doutorado), Paris: Ecole des Hautes Etudes em Sciences Sociales 2007.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto**: sistema de leitura visual da forma. 9. ed. São Paulo - SP: Escrituras, 2009.

GRUSZYNSKI, Ana; DASMASCENO, Patrícia; SANSEVERINO, Gabriela; BANDEIRA, Ana Rosa da. Design de jornais: competências profissionais do impresso à multiplataforma. **Brazilian Journalism Research**. v. 12, n. 3, p. 34-57, 2016.

GRUSZYNSKI, Ana; CALZA, Márion Juliana. Projeto gráfico: a forma de um conceito editorial. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre - RS: Penso Editora, 2013.

GRUSZYNSKI, Ana. **O papel do design no estabelecimento de contratos de leitura de jornais impressos**: um estudo sobre a reforma gráfica de 2010 da Folha de S. Paulo (Brasil). **Estudos em Comunicação**, n. 12, p. 85-106, dez. 2012, Porto Alegre - RS: UFRGS.

_____. A forma que (in)forma: o projeto gráfico do jornal impresso na contemporaneidade. **Anais** do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife - PE, 2011.

GUIMARÃES, Luciano. **Conceito, fundamentos e as três dimensões do jornalismo visual.** Revista Comunicação Midiática, v. 8, n. 3, p. 236-253, set./dez. 2013.

GURAN, Milton. **Linguagem fotográfica e informação**. 3. ed. Rio de Janeiro - RJ: Editora Gama Filho, 2002.

HALL, Stuart et al. Produção social das notícias: o 'mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo, questões, teorias e estórias**. Florianópolis - SC: Insular, 2016.

HARRIS, Christopher R.; LESTER, Paul Martin. **Visual Journalism**: a guide for a new media professionals. Boston, EUA: Allyn and Bacon, 2002.

HORN, Robert E. Information design: emergente of a new profession. In: JACOBSON, Robert (Ed.). **Information design**. Cambridge: The MIT Press, 1999.

HOUAISS, 2013. Disponível em <www.uol.com.br/educação>. Acesso em: ago. 2017.

HURLBURT, Allen. **Layout**: o design da página impressa. São Paulo - SP: Nobel, 2002.

IVC. Instituto Verificador de Comunicação. Disponível em: <https://ivcbrasil.org.br/> . Acesso em: 05 dez. 2019.

IVO, Lêdo. **João do Rio**: cadeira 26, Ocupante 2. Rio de Janeiro - RJ: Academia Brasileira de Letras, 2012.

JACOBSON, Susan; MARINO, Jaqueline; GUTSCHE JR, Robert. The digital animation of journalism literacy. **Journalism**. v. 17(4), p. 527–546, 2016.

JAY, Martin. Introduction to show and tell. **Journal of Visual Culture**. v. 4, n. 2, p. 139-143, 2005.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo - SP: Aleph, 2009.

JORNAL DO COMMERCIO. **Anúncio encartado**. Recife - PE, 08 abr. 2018.

JORNAL DO COMMERCIO. **Os sertões**. Recife: Jornal do Commercio, 2009. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/JC/sites/sertoes/>. Acessos em mar. 2017.

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo - SP: Editora Ática, 1995.

LEITE, José Antonio Costeira. **Um jornal de narrativas**: O Jornal da Tarde das grandes reportagens. Dissertação (mestrado). Faculdade Cásper Líbero, 2016.

LEITE, Marcelo Eduardo. Desconstruindo fronteiras: alguns apontamentos sobre a fotografia na revista Realidade. **Anais** do 10º Encontro Nacional de História da Mídia, Porto Alegre - RS, 2015.

LEITE, Marcelo Eduardo; SILVA, Carla Adelina Craveiro; VIEIRA, Leylianne Alves. Fotografia e escrita: a dupla imersão de uma reportagem In: Revista **Contracampo**, v. 32, n. 2, p. 53-72, abr.-jul. 2015. Niterói - RJ: Contracampo, 2015.

LEITE, Eduardo; VIEIRA, Leilliane. O Brasil nas páginas de Realidade. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)**. v. 2, n. 1, p. 167-175, jan. 2013.

LESCHKO, Nadia M.; DAMAZIO, Vera M. M.; LIMA, Edna L. O. Cunha; ANDRADE, Joaquim M. F. Repercussões gráficas da passagem do Graf Zeppelin pelo Brasil: infográficos publicados na imprensa periódica. **Revista Brasileira de Design da Informação**. São Paulo - SP, v. 11, n. 3, p. 243-259, 2014.

LIMA, Edvaldo. Pereira. **Páginas ampliadas:** livro-reportagem como extensão do jornalismo. São Paulo - SP: Manole, 2009.

LINDEN, Sophie Van der. **Para ler o livro ilustrado**. São Paulo - SP: Cosac Naify, 2011.

LONGHI, Raquel Ritter. A grande reportagem multimídia como gênero expressivo no ciberjornalismo. **Anais** do VI Simpósio Internacional de Jornalismo. Campo Grande - MS, 2015.

_____. O turning point da grande reportagem multimídia. *21*(3). **Revista Famecos**: mídia cultura e tecnologia. set.- dez. 2014, p. 897-917.

_____. Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia. **Estudos em Comunicação**. Covilhã, v. 7, n. 2, mai. 2010.

LONGHI, Raquel Ritter; LENZI, Alexandre. Práticas ciberjornalísticas em realidade virtual: inovação e impacto nos processos de produção. **Revista Famecos**. Porto Alegre - RS, v. 24, n. 3, p. 1-18, 2017.

LONGHI, Raquel; WINQUES, Kérley. O lugar do longform no jornalismo online. Qualidade *versus* quantidade e algumas considerações sobre o consumo. **Brazilian Journalism Research**, v. 10, n. 3, p. 104-121, 2015.

LOREDANO, C. **Guevara e Figueroa**: caricatura do Brasil nos anos 20. Rio de Janeiro - RJ: Instituto Nacional de Artes Gráficas, 1988.

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

MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (Orgs.). **Modelos do jornalismo digital**. Salvador - BA: Editora Calandra, 2003.

MAGNO, Ana Beatriz. **A agonia da reportagem**: das grandes aventuras da imprensa brasileira à crise do mais fascinante dos gêneros jornalísticos – uma análise das matérias vencedoras do Prêmio Esso de Jornalismo. Dissertação (mestrado em Comunicação), Universidade de Brasília, 2006.

MANOVICH, Lev. O que é visualização? **Estudos em Jornalismo e Mídia**. v. 8, n. 1 – jan./jun. 2011.

_____. **Image future**. Versão de janeiro de 2006a. Disponível em: <http://www.manovich.net>. Acesso em 10 nov. 2018.

_____. **Import/export**: design workflow and contemporary aesthetics, 2006b. Disponível em: <http://www.manovich.net>. Acesso em 10 nov. 2018.

_____. **After effects, or velvet revolution** - part I. 2006. Disponível em: <http://www.manovich.net>. Acesso em 1 nov. 2018.

_____. **Remixability and modularity**. Versão de outubro-novembro, 2005. Disponível em: <http://www.manovich.net>. Acesso em 10 nov. 2018.

_____. **The language of new media**. Cambridge, Mass. MIT Press, 2001.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista**: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo - SP: Paulus, 2009.

_____. **O espelho e a máscara**: o inimigo da comunicação no caminho do meio. São Paulo - SP: Discurso Editorial; Ijuí - RS: Editora Unijuí, 2002.

MARÃO, José Carlos. Vida, paixão e morte de nossa senhora Realidade. In: RIBEIRO, José Hamilton; MARÃO, José Carlo. **Realidade re-vista**. Santos - SP: Realejo Edições, 2010.

MARANHÃO, Carlos. **Roberto Civita**: o dono da banca – a vida e as ideias do editor da Veja e da Abril, São Paulo - SP: Companhia das Letras, 2016.

MARIEN, Mary Warner. **Photography**: a cultural history. 3. ed. Upper Saddle River - NJ Pearson Education, 2011.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente:** narrativa e cotidiano. São Paulo - SP: Summus, 2003.

MEGGS, Philip. B; PURVIS, Alston. W. **História do design gráfico**. São Paulo - SP: Cosac Naify, 2009.

MELO, Chico Homem de. **O design gráfico brasileiro**: anos 60. São Paulo - SP: Cosac Naify, 2008.

MELO, Chico Homem de; RAMOS, Elaine. **Linha do tempo do design gráfico no Brasil**. São Paulo - SP: Cosac Naify, 2011.

MIRZOEFF, Nicholas (Org.). **The visual culture reader**. 2. Ed. London: Routledge, 2002.

MIRZOEFF, Nicholas. **Una introducción a la cultura visual**. Buenos Aires: Paidós: 2003.

MITCHELL, W. J. T. Mostrar o ver: uma crítica à cultura visual. **Interin**. Revista on-line. Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná, n. 1, 2006.

MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn. Notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson

(Org.). **Jornalismo, questões, teorias e estórias**. Portugal: Vega, 1999.

MONTEIRO, Rosana Horio. Cultura visual, definições, escopo e debates. **Domínios da imagem**. Londrina, ano I, n. 2, p. 129-134, mai. 2008.

MORAIS, Fernando. **Chatô**: o rei do Brasil. São Paulo - SP: Companhia da Letras, 1994.

MORAES, Ary. **Design de notícias**. São Paulo - SP: Blucher, 2015.

MORAES, Fabiana. **A história de mim**. Caderno especial. Recife - PE, 2. ed., 27 jul. 2014.
_____. **O nascimento de Joicy**. Recife - PE: Jornal do Commercio, 2011. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/JC/especial/joicy/abertura.html>. Acesso em mar. 2017.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília - DF: Editora da Universidade de Brasília, 2013.

NASSER, David. Enfrentando os Chavantes. **O Cruzeiro**. Ano XVI, n. 35, 24 jun. 1944.

NETTO, Accioly. **O império de papel**: os bastidores de *O Cruzeiro*. Porto Alegre - RS: Editora Sulina, 1998.

NOBLAT, Ricardo. **Arte de fazer um jornal diário**. 7. ed. São Paulo - SP: Contexto, 2008.

NOSSA, Leonencio. **Sangue político**. Caderno especial. São Paulo: O Estado de S. Paulo. 13 out. 2013.

_____. **Guerras desconhecidas do Brasil**. Caderno especial, São Paulo: O Estado de S. Paulo. 19 dez. 2010.

_____. **Dos Andes ao Atlântico**. Caderno especial. São Paulo - SP: O Estado de S. Paulo. 22 mar. 2011.

O BESOURO. **O Ceará**. Rio de Janeiro - RJ, 20 jul. 1878. Disponível em: <www.bn.gov.br>. Acesso em jun. 2017.

O ESTADO DE S. PAULO. **A favela amazônica**. Disponível em: <http://infograficos.estadao. com.br/public/especiais/favela-amazonia/>. Acesso em jul. de 2017.

_____. **Estadão inicia nova fase e avança em sua transformação digital**. 31 ago. 2019 Disponível em: <https://www.estadao.com.br/infograficos/economia,estadao-inicia-nova-fase-e-avanca-em-sua-transformacao-digital,1030420>. Acesso em 17 nov. 2019.

_____. **Grupo Estado anuncia revisão de portifólio**. 29 out. 2012. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,grupo-estado-anuncia-revisao-de-portfolio,132724e>. Acesso em 12 nov. 2019.

O POVO ON LINE. <**www.opovo.com.br**>. Acessos em mai. 2017.

O POVO. **Sertão a ferro e fogo**. Caderno especial. Fortaleza - CE, 12 ago. 2014. Disponível em: <https://digital.opovo.com.br/sertaoaferroefogo/12/08/2014/p2>.

_____. **Por que reportar**. Caderno especial de 85 anos. Fortaleza - CE, 27 jul. 2013. Disponível em: <http://digital.opovo.com.br/porquereportar>. Acesso em 15 jan. de 2019.

_____. **À espera de Francisco**. Caderno especial. Fortaleza - CE, 02 mai. 2016. Disponível em: <https://especiais.opovo.com.br/aesperadefrancisco/>. Acesso em 15 jan. 2019.

_____. **A peleja da água**. Disponível em: <https://digital.opovo.com.br/apelejadaagua>. Caderno especial. Fortaleza - CE, 08 dez. 2013. Acesso em 15 jan. 2019.

PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (Orgs.). **Modelos do jornalismo digital**. Salvador - BA: Editora Calandra, 2003.

PATROCÍNIO, José do. Viagem ao Norte. **Gazeta de Notícias** Rio de Janeiro - RJ, 1878.

PAVLIK, John V. Ubiquidade: o 7.º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**: 7 caraterísticas que fazem a diferença. Covilhã, UBI: LabCom, 2014, p. 159-183.

PEGORARO, Éverly. Estudos visuais: principais autores e questionamentos de um campo emergente. **Domínios da Imagem**. Londrina. Ano IV, n. 8, p. 41-52, maio 2011.

PEREGRINO, Nadja. **O Cruzeiro**: a revolução da fotorreportagem. Rio de Janeiro: Dazibao, 1991.

QUATRO RODAS. Ano 1, n. 9, abril. São Paulo - SP: Editora Abril, 1961.

QUINTÃO, Fernanda S.; TRISKA, Ricardo. **Infodesign**. São Paulo - SP, v. 11, n. 1, p. 115-118, 2014.

REALIDADE. Ano 1, n. 5, agosto. São Paulo - SP: Editora Abril: 1967.

_____. Ano 1, n. 10, janeiro. São Paulo - SP: Editora Abril, 1966.

_____. Ano 2, n. 18, setembro. São Paulo - SP: Editora Abril, 1967.

RIBEIRO, Belisa. **Jornal do Brasil**: os bastidores das edições mais marcantes de um veículo inesquecível. Rio de Janeiro - RJ, Record, 2015.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento visual gráfico**. 2. ed. Brasília - DF: Linha, 1987.

RIO, João do. **A alma encantadora das ruas**. São Paulo - SP: Companhia das Letras, 2008.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Claúdia. **História do jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.

ROUILLÉ, André. **A fotografia entre documento e arte contemporânea**. São Paulo - SP: Editora Senac, 2009.

RUIZ, Jesus Zorrilla. **Introducción al diseño periodístico**. Navarra: EUNSA, 2002.

RYAN, Marie-Laure. **La narración como realidad virtual**: la inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidos, 2004.

SACCO, Joe. **Reportagens**. São Paulo - SP: Quadrinhos na Companhia, 2016.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João. **Webjornalism**o: 7 caraterísticas que fazem a diferença. Covilhã, UBI: LabCom, 2014, p. 25-52.

SAMAIN, Etienne (Org). **Como pensam as imagens**. Campinas - SP: Editora da Unicamp, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo - SP: Paulus, 2007.

SANTANA, Jáder; PAIVA, Thiago. Sobre aridez e abundância: a história de uma cobertura. In: SUDÁRIO, Fátima (Coord.). **A peleja da água**: reportagens etnográficas. Fortaleza - CE: O Povo, 2019, p. 37-55.

SANTO, Victor Espírito. Lampeão: o terror do sertão nordestino. In: **O Cruzeiro**, p. 22-28, 08 mai.1932.

SCHUDSON, Michael. A norma da objetividade no jornalismo americano. In: SACRAMENTO, Igor; MATHEUS, Leticia Cantarela (Orgs.). **História da comunicação**: experiências e perspectivas. Rio de Janeiro: Mauad X, 2014.

_____. **Descobrindo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petropólis - RJ: Vozes, 2010.

SEVERIANO, Mylton. **Realidade**: história da revista que virou lenda. Florianópolis - SC: Insular, 2013.

SILVA JUNIOR, José Afonso da. Cinco hipóteses sobre o fotojornalismo em cenários de convergência. **Discursos Fotográficos**, v. 8, n. 12, p. 31-52, Londrina - PR, 2012.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação**: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. 3.ed. São Paulo - SP: Summus, 1985.

SOBRAL, Julieta Costa. J. Carlos: designer. In: CARDOSO, Rafael (Org.). **O design brasileiro antes do design**: aspectos da história gráfica – 1870-1960. São Paulo - SP: Cosac Naify, p. 124-159, 2005

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnicas de reportagem***:* notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo - SP: Summus, 1986.

SODRÉ, Nelson Werneck Sodré. **História da imprensa no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro - RJ: Mauad, 1999.

SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo - SP: Companhia das Letras, 2003.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo - SP: Companhia das letras, 2004.

SOUSA, Jorge Pedro de. **Fotojornalismo**: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis - SC: Letras Contemporâneas, 2004a.

_____. **História crítica do fotojornalismo ocidental**. Chapecó - SC: Argos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004b.

_____. **Teorias da notícia e do Jornalismo**. Chapecó - SC: Argos, 2002.

_____. **Elementos do jornalismo impresso**. Porto, Portugal: UBI, 2001.

SOUZA, Eduardo A.; OLIVEIRA, Gabriela A. F.; MIRANDA, Eva Rolim; COUTINHO, Solange G.; FILHO, Gentil Porto; WAECHTER, Hans da Nóbrega. Novas alternativas epistemológicas para o design da informação: a forma enquanto conteúdo. **Infodesign**. São Paulo - SP, v. 16, n. 2, p.107-118, 2016.

SUDÁRIO, Fátima (Coord.). A peleja da água: reportagens etnográficas. Fortaleza - CE: **O Povo**, 2019.

SZARKOWSKI, John. **From the pictures press**. New York: Museum of Modern Art, 1973.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo:** a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Volume 2. Florianópolis - SC: Insular, 2005a.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: Porque as notícias são como são. Volume 1, 2. ed. Florianópolis - SC: Editora Insular, 2005b.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo - SP: Summus, 1993.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo, questões, teorias e estórias**. Florianópolis - SC: Insular, 2016.

TÚLIO, Demitri. Rascunhos da reportagem, ou a história que falta contar. In: SUDÁRIO, Fátima (Coord.). A peleja da água: reportagens etnográficas. Fortaleza - CE: **O Povo**, p. 85-109, 2019.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido.** São Leopoldo - RS: Editora Unisinos, 2004.

VIDAL E SOUZA, Candice. **Repórteres e reportagens no jornalismo brasileiro**. Rio de Janeiro - RJ: Editora FGV, 2010.

VILCHES, Lorenzo. **Teoría de la imagen periodística**. Barcelona: Paidós Ibérica, 1987.

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

WHITE, David Manning. O *gatekeeper*: uma análise de casos na seleção da notícia. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo, questões, teorias e estórias**. Florianópolis - SC: Insular, 2016.

WHITE, Jan V. **Edição e design**: para designers, editores de arte e editores: o guia clássico para ganhar leitores. São Paulo - SP: JSN Editora, 2006.

WOLFE, Tom. **Radical chique e o novo jornalismo**. São Paulo - SP: Companhia das Letras, 2005.

ZILLY, Berthold. Flávio de Barros, o ilustre cronista anônimo da guerra de Canudos. **Estudos avançados**, 13 (35), p. 105-113, 1999.

Grandes reportagens citadas no texto por ordem de aparição.

1. "Enfrentando os Chavantes", **O Cruzeiro** (1944, nº 35)
2. "Uma expedição aeronáutica ao Brasil central", **O Cruzeiro** (1949, nº 34)
3. "Revolução na igreja", **Realidade** (1966, nº 7)
4. "Por que a América é odiada?", **Realidade** (1968, nº 22)
5. "Favela Amazônica", **O Estado de S. Paulo** (05/07/2015)
6. "As quatro estações de Iracema e Dirceu", **Diário Catarinense** (21/06/2015)
7. "Sertão a ferro e fogo", **O Povo** (12/08/2014)
8. "À espera de Francisco", **O Povo** (02/05/2016)
9. "Vida para o semiárido", **O Povo** (21/08/2000)
10. "Pelas águas do Velho Chico", **O Povo** (29/06/2006)
11. "A peleja da água", **O Povo** (08/12/2013)
12. "Os sertões", **Jornal do Commercio** (09/08/2009)
13. "O nascimento de Joicy", **Jornal do Commercio** (de 10 a 12/04/2011)
14. "História de mim", **Jornal do Commercio** (27/07/2014)
15. "Dos Andes ao Atlântico", **O Estado de S. Paulo** (22/03/2011)
16. **O holocausto brasileiro**, Geração Editorial (2013)
17. "Expedição Rio São Francisco nas águas de Halfeld", **Tribuna de Minas** (20/12/2015)
18. "Hospício de Barbacena: sucursal do inferno", **O Cruzeiro** (1961, nº 31)
19. "Os quinze", **O Povo** (15/08/2015)
20. "Guerras desconhecidas do Brasil", **O Estado de S. Paulo**, (19/12/2010)
21. "Meninas em jogo", **Agência Pública** (03/2013)
22. "Viagem ao Norte", **Gazeta de Notícias** (20/07/1878, nº 16)
23. Cobertura da Campanha de Canudos, **Província de S. Paulo** (08/08/1897 a 25/10/1897)
24. "Vargas rumo ao Catete", **O Cruzeiro**, (1951, nº 17)
25. **A alma encantadora das ruas** (1910), Companhia da Letras, 2008.
26. Série "Mistérios do Rio", **Jornal do Brasil** (05/1924).
27. "Especial Zeppelin", **O Cruzeiro** (1930, nº 81)
28. "Com Bird no Pólo Sul", **O Cruzeiro** (1930, nº 99)

29. “Lampeão: o terror dos sertões nordestinos”, **O Cruzeiro** (1932, nº 18)
30. “Granfinos em São Paulo”, **Diretrizes** (1943, nº 178)
31. “A miséria cria um mundo”, **Diretrizes** (1943, nº 203)
32. “Country doctor”, **Life** (11/10/1948)
33. “The spanish village”, **Life** (04/06/1951)
34. “Viva os índios”, **O Cruzeiro** (1949, nº 33)
35. “A fuga da seca e da miséria”, **O Cruzeiro** (1952, nº 26)
36. “Kuarup”, **O Cruzeiro** (1957, nº 15)
37. “Especial Brasília ano I”, **Manchete** (1960, nº 420)
38. “A Dutra no raio-X”, **Quatro Rodas** (1960, nº 1)
39. “Asfalto até Porto Alegre”, **Quatro Rodas** (1962, nº 9)
40. “Paz para o índio vencido”, **Quatro Rodas** (1965, nº 55)
41. “Resgate de uma tribo”, **Realidade** (1966, nº 9)
42. “Uma vela contra o mar”, **Realidade** (1966, nº 2)
43. “Pobre menina miss”, **Realidade** (1966, nº 5)
44. “Ela é assim”, **Realidade** (1967, nº 10)
45. “A juventude brasileira, hoje”, **Realidade** (1967, nº 18)
46. “A igreja vive um drama: celibato”, **Realidade** (1968, nº 31)
47. “100 dias na Amazônia”, **Jornal do Brasil** (7 a 9/01/1964)
48. “Uma aventura na Transamazônica”, **Jornal da Tarde** (28, 29 e 31/08/1970)
49. “Receita para São Paulo”, **Jornal da Tarde** (de 17 a 24/08/1971)
50. “Caderno Especial “Amazônia”, **Jornal da Tarde** (12/03/1985)
51. “República Socialista Soviética do Brasil, **Jornal da Tarde** (01/08/1983 e 19/08/1983)
52. “Rocinha S/A”, **Jornal do Brasil** (de 07/02/1988)
53. “Um mergulho no outro mundo”, **Jornal do Brasil** (29 a 31/07/1990 e 1 a 3/08/1990)
54. “A revolução de Gorbachev”, **Veja** (29/07/1987)
55. “Golpes de mestre”, **Superinteressante** (11/1997)
56. “Montado na fúria”, **Superinteressante** (08/1998)
57. Caderno especial “Soldados da Borracha”, **O Povo** (21/06/1998)
58. “Paz no trânsito”, **Correio Brasiliense** (14/09/1996)
59. Caderno especial “Brinquedos dos anjos”, **Correio Brasiliense** (12/10/2007)
60. Caderno especial “Mares do sertão”, **O Povo** (30/08/2007)
61. Caderno especial “Planeta seca”, **O Povo** (11/11/2012)

62. “Snowfall – The avalanche at Tunnel Creek”, **New York Times** (2012)
63. “Grandes sertões afetos”, **O Povo** (08/05/2017)
64. “Cerco aos isolados”, **O Estado de S. Paulo** (29/04/2017)
65. “Brumadinho em 360º: os rastros do crime da Vale”, **Estado de Minas** (01/02/2019)
66. “Expedição Antártida”, O Estado de S. Paulo (24/03/2019)
67. “Uma tragédia brasileira – os paus de arara”, **O Cruzeiro** (22/10/1955)
68. “Eu fui à guerra”, **Realidade** (1968, nº 26)
69. “Vida difícil”, **Realidade** (1968, nº 28)
70. “Fauna invisível”, **O Estado de São Paulo** (18/12/2015)
71. Caderno especial “Patativa do Assaré”, **O Povo** (09/07/2002)
72. Caderno especial “Papa João Paulo II”, **O Povo** (02/04/2005)
73. Caderno especial “Trilogia da inquisição – no rastro amaldiçoados”, **O Povo** (23/05, 29/06 e 14/07/2010)
74. “A seca que matou os peixes”, **O Povo** (30/08/2016)
75. “Iracema – 150 anos”, **O Povo** (08/12/1015)
76. “Travessia”, **Estado de Minas** (06/03/2016)
77. “Vozes de Brumadinho”, **Estado de Minas** (25/02/2019)
78. “Vozes de Mariana”, **Estado de Minas** (05/12/2015)
79. “Montanhas de histórias”, **Estado de Minas** (início em 09/03/2018)
80. “#umaporuma”, **Jornal do Commercio**, série iniciada em 29/04/2018
81. “Novas veredas”, **O Estado de S. Paulo** (12/02/2017)
82. “Vidas secas” – 80 anos”, **O Estado de S. Paulo** (25 e 26/08/2018)
83. “Caminhoneiros: um ano depois”, **O Estado de S. Paulo** (21 a 23/05/2019)

APÊNDICE A

Questionário semiestruturado

Perfil socioeconômico

Nome:_____

Ano de nascimento: ___/ ___/ _____

Cor: ( ) Branco ( ) Negro ( ) Pardo ( ) Amarelo ( ) outro _____

Profissão: _____

Formação: _____

Ocupação: _____

Tempo de experiência na área: _____

Local de trabalho: _____

Carga horário de trabalho: _____

Faixa salarial:

( ) De R$ 1000 a R$ 2500
( ) De R$ 2501 a R$ 4000
( ) De R$ 4001 a R$ 5500
( ) De R$ 5501 a R$ 7000
( ) De R$ 7001 a R$ 10.000
( ) Mais de R$ 10.000

Vida profissional

1. Conte um pouco sobre sua trajetória na área editorial
2. Como você define seu trabalho? O que você faz?
3. No contexto dos especiais, qual seu papel como produtor visual?
4. Por que escolheu a área editorial jornalística?
5. Quem são suas influências na área visual e por quê?

Rotina de produção

6. Como são organizadas as demandas dos especiais para o setor de produção visual?

7. Uma equipe segue todo o projeto?

8. Os produtores recebem algum adendo por trabalhar nesse projeto?

9. Quanto tempo leva para produzir?

10. Existiria um tempo ideal para o planejamento visual de um material mais extenso?

11. Como funcionam as reuniões da equipe para definir o design e produção visual?

12. Quais os softwares usados?

13. Como se dá o desenvolvimento do digital e do impresso? (O que termina primeiro)

14. Quais os desafios de se trabalhar com vários suportes?

15. Como é a adaptação? Do impresso para o digital ou do multimídia para o impresso?

16. Estamos em um momento de maior valorização dos profissionais desse campo?

17. Como se dá a organização do tempo com a equipe de arte, há mais folga quando há esse planejamento de mais tempo? Ou fechamento é sempre fechamento?

Parceria com o jornalista/repórter e produtores visuais

18. Em um trabalho de grande reportagem a parceria apresenta diferenças em relação ao projeto cotidiano? Como se dá a integração das equipes de programação visual e reportagem?

19. O jornalista compreende o trabalho do designer? Como você avalia o conhecimento do jornalista em design? Isso tem mudado? (ou o contrário no caso de jornalistas)

20. A jornalista Marília Scalzo diz que considera todos da equipe editorial como jornalistas, inclusive a arte, como você sente a responsabilidade jornalística de sua produção? Sente-se de algum modo jornalista trabalhando nesse campo?

21. Como você avalia a participação dos produtores visuais no conteúdo?

22. O campo da programação visual já foi um setor pouco valorizado no jornalismo, como sente a valorização da área na atualidade?

23. Você lê as reportagens? Por quê?

Narrativas visuais

24. Qual é para você a contribuição que o projeto visual traz para a reportagem?

25. O uso da fotografia é majoritário nos projetos? Qual o cenário ideal de trabalho?

26. Há espaço para a criatividade no campo visual jornalístico?

27. O tempo permite e/ou impõe modelos narrativos?

28. Gostaria de destacar algum trabalho na área? Algum que tenha orgulho? Por que esse trabalho?

29. Como você avalia os projetos visuais das grandes reportagens na atualidade?

Visibilidade

30. Como o design busca dar visibilidade a essas matérias especiais e atemporais?

31. Como se dá a visibilidade dessas matérias?

32. Qual o alcance dessas reportagens? Elas têm bons índices de leitura? (Obs.: Os vídeos têm uma média baixa de visualização no Youtube.)

33. Como avaliar a recepção do trabalho?

34. Os prêmios motivam o desenvolvimento de projetos especiais?

ANEXO A

Metodología de Análisis y Evaluación de Recursos Digitales en Línea

(v. 6.3
Noviembre 2004)

Por
Lluís Codina
UPF
lluís.codina@cpis.upf.es
www.hipertext.net
www.documentaciondigital.org
www.lluiscodina.com

---

1. Desarrollo de nuevos indicadores

Forma parte de esta metodología, la manera de desarrollar nuevos indicadores, puesto que, como ya se ha señalado, sueler ser necesario en cada contexto concreto, por un lado, obviar los indicadores que no son pertinentes y, por otro lado, desarrollar indicadores específicos. Los tres elementos básicos de esta metodología son los siguientes:

- Parámetros
- Indicadores
- Procedimientos

Parámetros

Los **parámetros** responden a la pregunta: ¿qué queremos evaluar? Las propiedades de un recurso son casi ilimitadas. Conviene seleccionar qué examinamos. Para casi cada contexto, por ejemplo, la fuente o la autoría es una propìedad interesante de un recurso, pero tal vez no siempre sea interesante el programa con el cual fué editado el recurso, etc. Otros ejemplos de parámetros son el contenido, el acceso a la información, la visibilidad, etc. Por otro lado, los sitios web representan una amplia variedad de géneros: publicaciones en línea, sitios de empresa, medios de comunicación, directorios, bases de datos, etc. Cada uno de estos géneros, para ser evaluados, requieren parámetros específicos. Por ejemplo, en una publicación en línea seguramente necesitaremos considerar el parámetro de su política editorial, etc. Ahora bien, una vez tenemos una lista de parámetros, hemos de saber cómo medirlos, como comprobar su eficiencia en el sitio web considerado. Aquí intervienen los indicadores, que discutimos a continuación.

Indicadores

Los **indicadores** responden a la pregunta: ¿cómo evaluamos este parámetro? Por ejemplo, para determinar la calidad del parámetro Autoría/Fuente, se considera un indicador la Adecuación de la fuente al tema del recurso, pero no la edad del autor, etc. Por tanto, no solo deben realizarse una identificación y selección de parámetros (qué evaluamos) en una metodología de evaluación, sino también una identificación y selección de indicadores (¿cómo, exactamente, vamos a evaluar cada parámetro?). Cada parámetro genera uno o más indicadores. Por ejemplo, en esta metodología, el parámetro Autoría/Fuente requiere tres indicadores.

Como los indicadores son la forma de determinar la calidad, en cada **indicador** pueden encontrarse diferentes elementos. En este método, se proponen éstos:

- *Definición*: La presentación del indicador. Debe consistir en una descripción no ambigua del indicador.
- *Examen:* La pregunta o preguntas de chequeo que debe hacerse el analista para adoptar decisiones sobre la calidad del indicador.
- *Ejemplos*: Aclaraciones o ejemplos de recursos digitales en línea que ayudan a entender cómo evaluar el indicador. Pueden añadirse aquí ejemplos de buenas y de malas prácticas siempre que sea posible.
- *Procedimiento*: Orientaciones, cuando sea oportuno, sobre cómo proceder a la evaluación del indicador.
- *Contexto:* Algunos indicadores solamente tienen sentido en determinado contexto, si es así, conviene señalarlo explícitamente. En cambio, cuando el indicador es de uso general, puede indicarse así: "Uso general".
- *Puntuación:* La escala de puntuación recomendada para ese indicador. Por ejemplo una puntuación del tipo 0-1 aconseja puntuar de manera binaria (bien/mal) el cumplimiento del indicador, pero se pueden utilizar fracciones si se cree conveniente (0,5). En cambio, si se recomienda una puntuación tipo 0-3, significa que puede matizarse entre un mal cumplimiento (0); un cumplimiento suficiente, pero con limitaciones (1); un cumplimiento adecuado (1,5); un cumplimiento notable (2); un cumplimiento excelente (3).

A continuación mostramos cómo puede tratase un indicador, en este caso el **indicador** Autoría, que junto con otros dos indicadores permite evaluar la calidad del **parámetro** Autoría/Fuente:

Ejemplo de ficha completa de indicador (Autoría)

1.1. Autoría

Definición	Responsabilidad intelectual del recurso y/o identificación del organismo responsable de su publicación
Examen	¿La responsabilidad intelectual y/o los datos sobre la fuente del recurso está bien determinada? ¿Hay una indicación detallada del *staff* de la publicación o sitio web: dirección, consejo de redacción, consejo asesor, etc.? ¿Hay información sobre la sede social de la institución responsable de la publicación de la web—nombre de la institución, dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.--?
Ejemplos	Ejemplo de buena práctica: la declaración de autoría de la sede web de *Corporate Watch* (http://www.corpwatch.org)
Contexto	Uso general
Procedimiento	Los datos sobre autoría suelen estar bajo una opción denominada <créditos>, <about>, <quienes somos>, etc. de la página principal del sitio. Búsquese alguna sección de ese tipo en la página princiapl del sitio para apreciar los datos sobre autoría.
Puntuación	0-3

Procedimiento

Una vez disponemos de un conjunto de indicadores (agrupados en parámetros) como el anterior, se recomienda los siguientes procedimientos:

3.2.1. Primera fase. Identificación

En esta fase se explora el recurso, pero sin aplicar todavía los indicadores. No es necesario recorrer todos los niveles en profundidad, ni en amplitud: únicamente aquellos que, en función de su diseño o de su ubicación en la página presentan evidencias de ser los más importantes. En caso de duda, se puede realizar una exploración sistemática de distintas opciones, pero sin descender a más de uno o dos niveles de profundidad. Se revisará con atención, en cambio, los apartados de autoría ("*about*", "quienes somos", "créditos", etc.) y se intentará determinar: (1), los objetivos y temas del recurso, que se anotarán y expresarán mediante palabras clave y (2), el sector del público al que va destinada. Si estos datos no están indicados de forma explícita el analista anotará estos datos por inferencia o por atribución. Si el recurso fuese anónimo, o la relación entre contenidos y autoría fuese inadecuada, conviene suspender el análisis de ese recurso. Los datos que se anoten en esta fase podrán ser rectificados, si conviene, por los resultados obtenidos en la fase siguiente, en caso necesario. *Tiempo aconsejado*: 30 minutos. *Resultado:* La ficha con los datos de identificación del sitio web. Esta fase puede ser suficiente para determinados escenarios, por ejemplo, para el escenario número 1 o para versiones ligeras del escenario n. 2.

3.2.2. Segunda fase. Exploración sistemática

En esta fase se realiza el escrutinio de cada uno de los indicadores que se verán a continuación, siguiendo el mismo orden de las tablas de parámetros e indicadores de los que se dispone. Se puede empezar por esta fase de manera directa si el analista lo desea. Aquí ya interviene la toma de notas siguiendo las indicaciones de esta metodología. Si el recurso es muy amplio, probablemente, la exploración deberá limitarse a partes o secciones bien definidas del recurso que tenga sentido analizar por separado Es decir, se deben seleccionar secciones que sean relativamente autocontenidas. Por ejemplo, si se trata del sitio web correspondiente a una publicación periódica que ya ha publicado varios números, podría limitarse el análisis al sumario principal, las opciones de búsqueda (si las tiene) y al último número de la publicación, etc. *Tiempo aconsejado*: 120-180 minutos. Sin embargo, este tiempo aquí es meramente indicativo. Para estudios en profundidad, típicamente para auditorias, no se debe establecer un límite a priori. El límite real vendrá marcado por el tipo de sitio y por el presupuesto y el calendario disponible. *Resultado:* Fichas de análisis, de conclusiones y de recomendaciones.

Fichas de análisis y conclusiones

Al final de este documento, se proporcionan informaciones más detalladas sobre el procedimiento de análisis. Aquí señalaremos que el procedimiento incluye el uso de un juego de fichas que permite anotar resultados y realizar después la tabulación de los mismos. Los resultados deben incluir no solamente una puntuación numérica, sino también un *comentario o frase justificativa* de la puntuación otorgada. La razón es que, si el analista se ve obligado a exponer en forma de razonamiento su puntuación, se incrementa la probabilidad de que el juicio sea más ponderado. Por último, en los escenarios del tipo 3a, la ficha de conclusiones debe incluirse *tantas recomendaciones como errores* o insufiencias se hayan detectado en la evaluación. Por ejemplo, si en la evaluación de un sitio se han identificado 7 indicadores con puntuaciones bajas (iguales o inferiores a la puntuación teórica máxima), deben presentarse 7 recomendaciones.

Secciones

Los parámetros a su vez están agrupados para facilidad de análisis de los resultados en **secciones y subsecciones**. Las secciones y subsecciones son agrupaciones, por afinidad funcional, de diversos parámetros. En esta metodología se utilizan cuatro subsecciones principales, agrupadas a su vez en dos secciones:

Sección 1: Usabilidad-X (usabilidad en sentido amplio)
I. Contenido
II. Acceso a la información
IV. Usabilidad (en sentio estricto)

Sección 2:
III. Visibilidad

En realidad, no es inherente al método la existencia de estas secciones o agrupaciones de parámetros, por lo cual se podría utilizar una simpla lista secuencial de los parámetros y de sus indicadores respectivos sin necesidad de ninguna agrupación. Sin embargo, el hecho de usar (sub)**secciones** ayudan a la creación y al mantenimiento de la metodología.

El *Contenido* incluye también aspectos sobre la fuente y la autoría individual o colectiva, personal o corporativa del recurso.

El *Acceso a la Información* (llamado a veces micronavegación por limitarse a un solo sitio web) examina los aspectos de organización y estructura de la publicación, o sea la arquitectura de la información, entre otras cosas, porque también incluimos aquí el parámetro de la ergononía.

La *Visibilidad*, los aspectos de encaje del recurso en el contexto global de la WWW (a veces, se denomina macronavegacñion, por referirse a la navegación en el conjunto de la web).

La *Usabilidad* intenta determinar la facilidad de uso de aquellas opciones de la publicación digital que impliquen algún tipo de actividad (p.e., participación en foros) o transacción (p.e., suscripción).

Indicadores cuantitativos y cualitativos

Como buena parte de estos indicadores son cualitativos, algunos implican un riego cierto de subjetividad por parte del analista, ¿Cómo puede combatirse la subjetividad? Lo primero que hay que señalar es que no se puede eliminar del todo, sin embargo se pueden hacer algunas cosas para reducirla al máximo o para rebajarla a un nivel anecdótico. Un método es la experiencia y otro la intersubjetividad. Empecemos por el segundo, diversos estudios de usabilidad, que podemos extrapolar a la evaluación de calidad, muestran que el 80% de los problemas de un sitio web emergen con la realización del mismo estudio por parte de tres personas distintas y la consiguiente obtención de promedios. El método de la experiencia nos indica que es aconsejable que los evaluadores tengan un buen conocimiento del tema y que hayan sido entrenados de forma adecuada en estas tareas. Por último, una tercera opción puede consistir, simplemente, en retirar aquellos indicadores que se consideren excesivamente subjetivos si el contexto del tipo de evaluación lo permite. En ese caso, indicadores como el 1.2, 2.1, 2.2 y 2.3, pueden retirarse sin riesgo para la evaluación.

I. Contenido

1. Autoría/Fuente: Identificación y solvencia de la fuente

1.1. Autoría

Definición	Responsabilidad intelectual del recurso e identificación del organismo responsable de su publicación
Examen	¿La responsabilidad intelectual y/o los datos sobre la fuente del recurso está bien determinada? ¿Hay una indicación detallada del *staff* de la publicación o sitio web: dirección, consejo de redacción, consejo asesor, etc.? ¿Hay información sobre la sede social de la institución responsable de la publicación de la web—nombre de la institución, dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.--?
Ejemplos	Ejemplo de buena práctica: la declaración de autoría de la sede web de *Corporate Watch* (http://www.corpwatch.org)
Procedimiento	Los datos sobre autoría suelen estar bajo una opción denominada <créditos>, <about>, <quienes somos>, etc. Búsquese alguna sección de ese tenor para apreciar los datos sobre autoría
Puntuación	0-3

Figura 1: Menú de la secció de información en la web de Corporate Watch (www.corpwatch.com)

1.2. Adecuación

Definición	Adecuación entre autoría y agenda temática
Examen	¿Presenta evidencias de tratarse de un organismo y/o equipo editorial solvente en relación al tema u objetivos de la publicación? Una respuesta positiva debería ser la situación habitual pero, por desgracia, no siempre es así; por ello, el analista debe tener en cuenta esta pregunta de control.
Ejemplos	Por ejemplo, si se trata de una publicación sobre medicina, ¿el responsable intelectual y/o el equipo editorial procede del mundo de las ciencias biomédicas? ¿Es la institución editora una facultad, un instituto de investigación, un hospital, etc.? Anti ejemplo: un sitio web sobre derechos humanos de una asociación partidaria de la pena de muerte ...
Procedimiento	Consultar datos sobre autoría según se indica en el apartado anterior
Puntuación	0-1

1.3. Comunicación

Definición	Posibilidad de ponerse en contacto y, en particular, de enviar mensajes sobre el contenido al responsable o administrador del recurso
Examen	¿Hay posibilidad de enviar comunicaciones o mensajes al autor o a la institución responsable de la publicación recurso, bien para hacer aportaciones o para hacer llegar rectificaciones, quejas, peticiones de información adicional, etc.?
Ejemplos	En *AllMovie Guide* (http://allmovie.com) y en *IMDB* (www.imdb.com) tenemos la posibilidad de enviar propuestas de rectificación de los datos de los films y de los cineastas
Procedimiento	Examen del sitio web
Puntuación	0-1

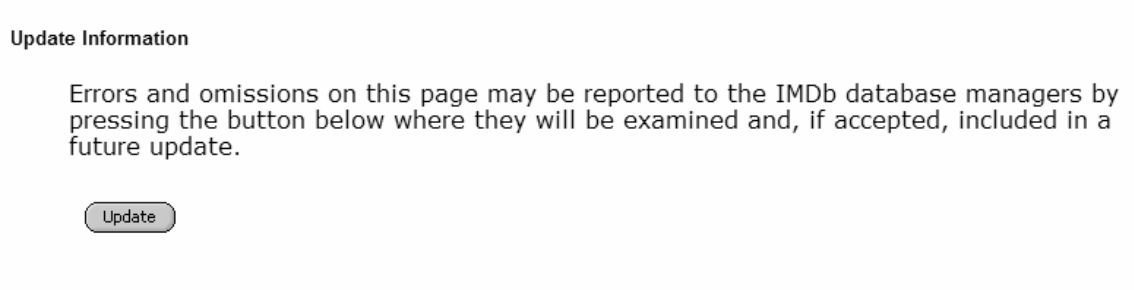


Figura 2: La opción de informe de errores de IMDB (www.imdb.com)

2. Contenido: Calidad y cantidad de la información

2.1. Tema, público y objetivos

Definición	Tema, objetivos y público forman un triángulo. Un primer indicador de calidad en una publicación es la claridad con la que se presenta el tema, el público al que se dirige (a veces éste último puede estar implícito a partir del tema) y los objetivos perseguidos (como en el caso del público, los objetivos pueden ser implícitos o depender directamente del tema). La claridad y la coherencia entre tema, público y objetivos son un primer criterio para contrastar la calidad de una publicación por lo que hace a los contenidos.
Examen	¿Está explicitado, o al menos puede deducirse con facilidad, el tema, los objetivos y el público de la web de forma fácil y muestran coherencia entre ellos?
Ejemplos	La presentación de tema y objetivos de *Internet Instructor* (www.rdn.ac.uk/vts/instructor/index.htm)
Procedimiento	Examinar el título, subtítulo y los primeros párrafos del recurso. Examinar la página de créditos, si la hay, o similar. Examinar las principales opciones de menú
Puntuación	0-1

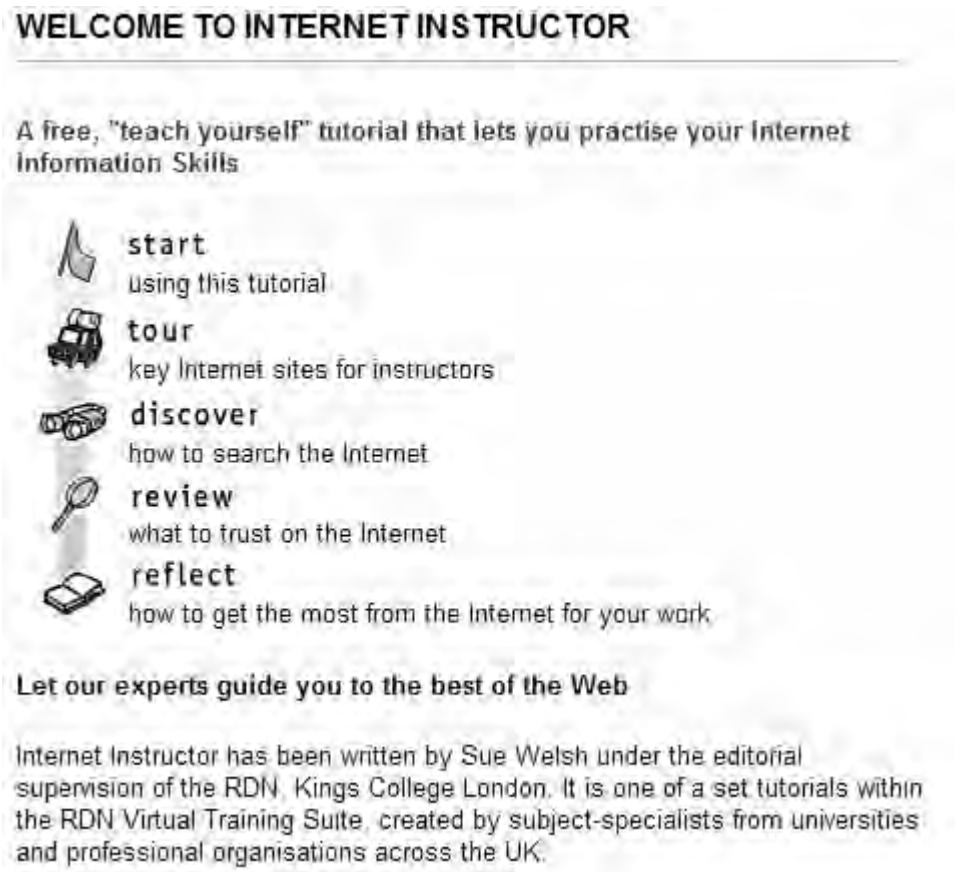


Figura 3: Tema y objetivos en el tutorial de RDN (la indicación de público está implícita, personas que necesitan un buen conocimiento de los mejores recursos académicos de la web) (www.rdn.ac.uk/vts/instructor/index.htm)

2.2. Interés intrínseco

Definición	Interés y vinculación del tema del sitio a la educación, la investigación, la cultura o a la I+D
Examen	¿El tema de la publicación es intrínsecamente adecuado o valioso para el mundo de la educación, la investigación, la cultura o a la I+D o resulta trivial?
Ejemplos	Una publicación con rumores e informaciones tipo "prensa del corazón" sobre personajes del cine es menos valiosa (probablemente no lo sea en absoluto) que una publicación con datos sobre films para uso en educación, etc. Comparar: www.hola.es con: www.artanculture.com (con disculpas a Hola)
Procedimiento	Estimación del interés intrínseco (o de la trivialidad) del tema en función de su utilidad en el terreno de la educación, la cultura, la investigación, I+D+I, etc.
Puntuación	0-1

2.3. Originalidad/Oportunidad

Definición	Originalidad y oportunidad del tema presentado
Examen	¿Proporciona información sobre un tema del que existe, en general, poca información en otros sitios, o bien hay algún aspecto en su forma de presentación, su punto de vista, idioma, calidad, etc., que no suele encontrarse en otras publicaciones?
Ejemplos	Probablemente, es más original (en el sentido anterior) y representa una mayor oportunidad una publicación tipo *peer review* o con una política editorial clara de admisión y revisión de originales sobre, por ejemplo, bibliotecas digitales, que una publicación no evaluada sobre edición de páginas web. Comparar: www.firstmonday.dk con www.htmlgoodies.com
Procedimiento	Estimación en parte objetiva (*peer review*, política editorial explícita) y en parte intersubjetiva por valoración de grupos de expertos en el tema, si es necesario. Puede utilizarse, si es necesario, índices de impacto si se trata de una publicación incluida en análisis de este tipo.
Puntuación	0-3

2.4. Política editorial

Definición	Criterios del sitio para publicar información y/o para aceptar artículos y colaboraciones
Examen	¿Se detalla en algún apartado la política editorial de la publicación? ¿Se trata de una publicación tipo *peer review*? ¿Presenta indicaciones sobre la forma en la cual los autores pueden proponer y enviar artículos a la publicación?
Ejemplos	www.dlib.org
Procedimiento	Examen
Puntuación	0-1

Author Index | Title Index | Back Issues | Search | Contents

D-Lib Magazine

D-Lib Magazine Author Guidelines

D-Lib Magazine is a monthly magazine about innovation and research in digital libraries. It appeals to a broad technical and professional audience. The overall objective of ***D-Lib Magazine*** is to help digital libraries be a broad interdisciplinary field, and not a set of specialties that know little of each other. We invite all our readers to contribute to this shared understanding.

1. Content

D-Lib Magazine publishes full articles, brief notices, book-reviews, project briefings, opinions, letters, clippings, and pointers of broad interest about innovation and research in digital libraries. Articles should:

- be of interest to a broad community (specialist literature should be published where specialists will see it), and
- reflect work that has been completed, rather than just beginning.

Figura 4: Parte de la declaración de política editorial de Dlib (www.dlib.org)

2.5. Cantidad

Definición	Volumen de información
Examen	¿Contiene la web un volumen adecuado o suficiente de información en relación al tema, objetivos y público al que se supone que se dirige el recurso?
Ejemplos	IMDB (www.imdb.com) contiene información sobre más de 350.000 films y casi un millón de biografías de personalidades del cine. Es un ejemplo claro de un recurso donde la cantidad de información es un valor en sí mismo.
Procedimiento	Determinación del volumen de información suficiente considerando el tema, objetivos y público del recurso. De ser posible, determinación del volumen relativo por comparación con recursos equiparables.
Puntuación	0-3

IMDb Statistics

Titles: 350,021

265,952 movies released theatrically.
34,590 made for TV movies.
23,290 TV series.
20,954 direct to video movies.
3,052 mini series.
2,183 live action video games.

Figura 5: Parte de las estadísticas de contenido de IMDB (us.imdb.com/database_statistics)

2.6. Rigor

Definición	Cuidado puesto en la elaboración y presentación de la información en cuanto a su fundamento y veracidad
Examen	¿Contiene evidencias o indicios de que la información ha tenido un tratamiento adecuado a la naturaleza y los objetivos del recurso?
Ejemplos	Por ejemplo, en un recurso sobre políticas sociales ¿se citan fuentes, se ofrecen datos complementarios, se facilitan datos numéricos o datos factuales?. En un recurso sobre conceptos y teorías científicas ¿se ofrecen razonamientos basados en inferencias plausibles o, por el contrario, solo hay opinión sin ningún tipo de apoyo ni de razonamiento, etc.?
Procedimiento	Examen detenido de una o más secciones del recurso con especial atención a referencias y fuentes citadas, tablas de datos, etc.
Puntuación	0-3

2.7. Edición

Definición	La edición consiste, en este contexto, en la supervisión y, en su caso, corrección de materiales a fin de mejorar su presentación
Examen	¿Contiene evidencias o indicios de tratarse de información que ha sido editada, es decir, que ha pasado por algún proceso adecuado de supervisión, de control o de revisión según la naturaleza del recurso y, por tanto, se puede apreciar un adecuado grado de uniformidad, de estilo narrativo, etc.?
Ejemplos	Ejemplos: ¿los textos están redactados manteniendo uniformidad de estilo, de registro, etc.?; ¿aparecen errores ortográficos a menudo?; ¿los gráficos tienen títulos, las imágenes tienen pie, las tablas tienen fechas, etc.?
Procedimiento	Comparación de textos de distintas secciones del recurso
Puntuación	0-3

2.8. Actualización

Definición	Ritmo o frecuencia de actualización del recurso
Examen	¿La información ha sido actualizada con la frecuencia adecuada a la naturaleza del recurso?
Ejemplos	En general, la necesidad de actualización varía según el recurso. Por ejemplo, la web de un diario debe actualizarse al menos una vez al día; pero una publicación mensual, es suficiente con que lo haga varias veces al año, etc.
Procedimiento	Buscar una fecha de creación, edición, actualización, etc., en la página principal y en las secciones sensibles a la obsolescencia.
Puntuación	0-3

2.9. Recursos multimedia

Definición	Utilización de recursos multimedia o audiovisuales
Examen	¿Presenta alguna otra morfología de la información además del texto?
Ejemplos	En general, cada vez es más habitual que, al menos, los artículos de las publicaciones incluyan gráficos. Sería deseable que, además, las publicaciones fueran incluyendo otras morfologías si el contenido de la publicación o del artículo lo justifican, como fotografías, sonido o registros de vídeo. Ver: www.elpais.es, www.lavanguardia.es, etc.
Procedimiento	Examinar diversos artículos y comprobar la aparición de recursos multimedia, en especial, conviene comprobar los números más recientes de la publicación.
Puntuación	0-3

Figura 6: Parte de la sección multimedia de La Vanguardia (www.lavanguardia.es)

2.10. Recursos interactivos

Definición	Utilización de recursos interactivos
Examen	¿Presenta algún tipo de interactividad –aparte de los clics en enlaces--?
Ejemplos	En general, cada vez es más habitual que las publicaciones digitales incluyan formas de representación de la información interactivas. Estas interactividades pueden incluir simulaciones, gráficos y diagramas animados, etc. Ver: www.bbc.co.uk/dinosaurs, www.nytimes.com; news.bbc.co.uk, www.pbs.org, www.discovery.com
Procedimiento	Examinar diversos artículos y comprobar la aparición de recursos interactivos, en especial, conviene comprobar los números más recientes de la publicación.
Puntuación	0-3

Figura 7: Prácticamente cada una de las secciones de esta vista parcial de la web de la BBC sobre dinosaurios contiene una actividad o simulación interactiva (www.bbc.co.uk/dinosaurs)

2.11. Archivo/Hemeroteca

Definición	Posibilidad de acceso a la colección retrospectiva de la publicación
Examen	Si la publicación ha editado varios números o volúmenes, ¿se ha dispuesto la posibilidad de su acceso o consulta? ¿Existe alguna limitación a ese acceso—contenidos parciales, solamente algunos números--?
Ejemplos	www.dlib.org > Back Issues
Procedimiento	Buscar una sección de archivo o de números anteriores de la publicación y determinar el grado y facilidad de acceso a la colección retrospectiva
Puntuación	0-3

D-Lib Magazine
March 2003

Volume 9 Number 3

ISSN 1082-9873

Back Issues

To browse the contents pages of back issues of **D-Lib Magazine**, select the appropriate item from the list below. You may also browse alphabetized lists of stories, editorials, and briefings by author or title or you may search the contents of the monthly magazine and reference pages.

2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995
January	January	January	January	January	January	January	January	July
February	February	February	February	February	February	February	February	August
	March	March	March	March	March	March	March	September
	April	April	April	April	April	April	April	October
	May	May	May	May	May	May	May	November
	June	June	June	June	June	June	June	December
	July/August	July/August	July/August	July/August	July/August	July/August	July/August	
	September	September	September	September	September	September	September	

Figura 8: Parte de la hemeroteca/archivo de Dlib (http://www.dlib.org/back.html)

II. Acceso a la Informción

3. Navegación y Recuperación

3.1. Sumario

Definición	Sumario principal del recurso
Examen	¿Dispone la publicación de un sumario general?
Ejemplos	www.dlib.org
Procedimiento	Examen de la página principal del recurso. El sumario puede ocupar toda la página principal, pero también puede limitarse a una zona de la misma, típicamente una banda vertical a la izquierda o una banda horizontal en la parte superior, o bien puede estar repartido en dos o más zonas en la página principal.
Puntuación	0-1

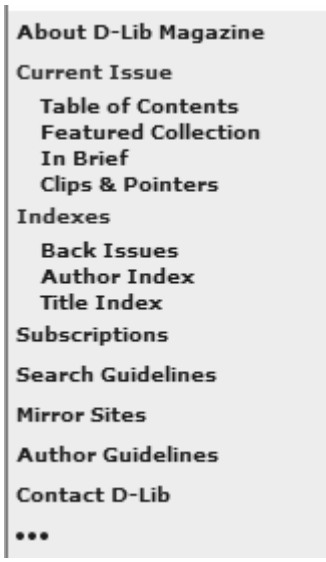


Figura 9. El sumario (menú) principal de DLib

3.2. Expresividad

Definición	Capacidad de expresar con un número limitado de opciones los contenidos principales del recurso
Examen	(1) ¿La lista de opciones del sumario principal contiene un número limitado de opciones —o de conjuntos de opciones bien agrupadas—de manera que pueden tenerse a la vista sin necesidad de efectuar desplazamientos con el cursor? (2) ¿Con o sin desplazamiento, el número total de opciones del sumario principal se mantiene en torno a unas pocas unidades—caso ideal—o unas pocas decenas o bien se acerca e incluso supera el medio centenar—caso peor?
Ejemplos	Muchas opciones de navegación que, para ser vistas, requieran de varios clics, se perderán o pasarán desapercibida para la inmensa mayoría de los internautas. El problema es menor si hay indicios o pistas evidentes de que, para ver todo el sumario es necesario hacer varios clics. El problema es grave si, además de ser necesarios varios clics, no hay nada en el diseño del sumario que lo haga evidente.

	A la propiedad consistente en que un sumario no necesita desplazamientos de la barra vertical para ser visto en su totalidad, la denominamos expresividad. El sumario general ideal debería basarse en la siguiente sencilla fórmula: jerarquización + abstracción + agrupación. Ejemplos de buenas prácticas: www.hipertext.net, www.bubl.ac.uk; www.sosig.ac.uk Anti ejemplos: <www.refdesk.com>; <www.nostalgia.com>
Procedimiento	Examen del sumario principal
Puntuación	0-3

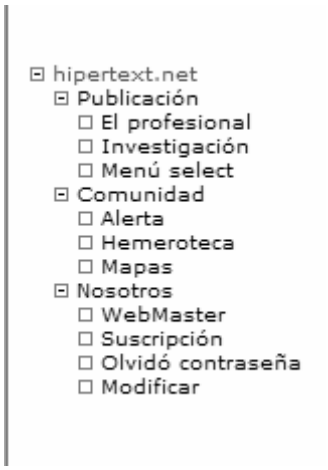


Figura 10: El menú principal de Hipertext.net (www.hipertext.net)

3.3. Identificación

Definición	Identificación básica de las diferentes secciones de un recurso digital o de una publicación en base a titulo, autor (o fuente) y fecha
Examen	¿Contiene cada página o sección de la publicación un título, un autor (si procede) y una fecha de actualización (si procede)?
Ejemplos	www.dlib.org
Procedimiento	Comprobación mediante revisión de diferentes secciones del recurso a diferentes niveles de profundidad
Puntuación	0-1

Figura 11: Título, fuente y fecha en una sección de Hipertext.net

3.4. Recorrido secuencial

Definición	Posibilidad de seguir el contenido de la totalidad o de una sección de la publicación mediante un recorrido secuencial (o un recorrido aconsejado por el autor, tipo *Tour*).
Examen	En caso que la naturaleza de la sección del recurso lo justifique, ¿es posible seguir la estructura de contenidos de forma secuencial?
Ejemplos	Salvo materiales que, por su naturaleza sean de tipo mosaical—por ejemplo, una enciclopedia—debería haber siempre la posibilidad de realizar un recorrido secuencial que, implícita o explícitamente, corresponde al recorrido sugerido por el autor. El equivalente a un recorrido secuencial en el mundo impreso es pasar de una página a la siguiente, por ejemplo, de la mismo forma que leemos un libro o una revista en papel. Además, en una publicación digital (y en general en todo sitio web de cierta complejidad con contenidos textuales) no solamente necesitamos saber dónde estamos ahora, sino a dónde podemos ir a partir de ese momento o, mejor aún, a dónde nos sugiere el autor que vayamos a partir de haber visto determinadas secciones. Ver, como un excelente ejemplo: www.library.cornell.edu/preservation/tutorial/index.html Un ejemplo de un recorrido secuencial no tan bien llevado a la práctica, aunque se trata de un excelente recurso: www.librarypreservation.org
Procedimiento	Comprobación de la existencia de enlaces que faciliten el recorrido secuencial. Suelen ser enlaces de tipo <Anterior>, <Siguiente>, etc. También suelen presentarse bajo la forma de <Tour>, <Visita guiada>, etc. No siempre es necesario este tipo de recorridos. Es la existencia de secciones con contenidos textuales extensos lo que justifica esta necesidad.
Puntuación	0-3

Figura 12: Doble sistema de recorrido secuencial del tutorial de la Universidad de Cornell sobre digitalización (www.library.cornell.edu/preservation/tutorial/index.html)

3.5. Navegación estructural

Definición	Posibilidad de realizar desplazamientos no secuenciales y eficacia de resolución de los mismos. La navegación estructural es la más característica de los sitios web navegables y bien diseñados.
Examen	¿Es posible realizar una navegación no secuencial a través de la estructura del recurso? En concreto: (1) ¿Es posible acceder directamente a cualquier sección importante del sitio o de la publiación sin necesidad de pasar por las secciones previas? (2) ¿La estructura de secciones de la publicación es clara y está adecuadamente soportada en la navegación? (3) ¿Se puede acceder a cualquier lugar de la web desde cualquier otro lugar, mediante un pequeño número de elecciones—o lo que es lo mismo, mediante un número de clics relativamente pequeño (5 clics o menos).
Ejemplos	Los materiales digitales deberían facilitar siempre la posibilidad de accesos no secuenciales, es decir, la posibilidad de acceder a la sección 3, por ejemplo, sin necesidad de pasar antes por las secciones 1 y 2, etc. Volvemos a proponer los dos ejemplos anteriores, en este caso, son excelente en la realización de accesos no secuenciales: <www.library.cornell.edu/preservation/tutorial/index.html> <www.librarypreservation.org>
Procedimiento	(1) Diversas pruebas de navegación no secuencial desde la sección principal al inicio de cualquier otra sección. (2) Diversas pruebas de navegación no secuencial desde la sección principal al diversos niveles de profundidad de cualquier otra sección (3) Diversas pruebas de acceso desde los últimos niveles de diferentes secciones hasta los últimos niveles de otras secciones
Puntuación	0-3

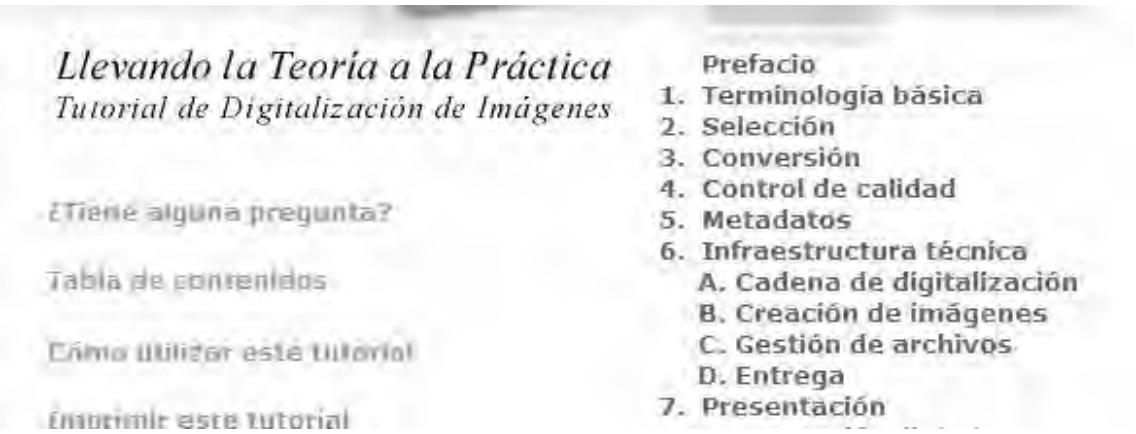


Figura 13a: La navegación estructural no secuencial está disponible desde el primer nivel del sitio dedicado a digitalización de la Universidad de Cornell (parte del sumario o menú principal) (www.library.cornell.edu/preservation/tutorial/index.html)

Figura 13b: El acceso a las secciones principales está disponible en forma de rueda con los números de secciones en todo el tutorial de Cornell. Haciendo clic en un número, vamos al capítulo correspondiente, haciendo clic en el centro (Contenido) vamos al menú principal. Cuando desplazamos el cursor por cada número, despliega el título del capítulo

3.6. Orientación

Definición	Indicaciones de contexto
Examen	¿Proporciona orientaciones de contexto que responda a preguntas del estilo *¿dónde estoy?, ¿estoy al principio, en medio o final de algo de qué extensión ?*
Ejemplos	Algunas secciones de un recurso digital pueden ser mucho más grandes que otras. Si el recurso está bien diseñado, debería proporcionar indicaciones cuanto más directas mejor sobre esta cuestión. Por ejemplo, Yahoo nos advierte con una cifra entre paréntesis del número de recursos que tiene cada sección. Otros recursos indican el número de secciones y el contexto a la vez mediante convenciones gráficas, por ejemplo, un conjunto de pequeños cuadrados indican las secciones, y la sección activa aparece de un color distinto, etc. Ver el excelente sistema de información de contexto de: www.webreference.com
Procedimiento	Comparación de diversas secciones y búsqueda en las mismas de señales de contexto y orientación como las indicadas.
Puntuación	0-3

Figura 14a: Este sencillo gráfico, presente en todos los documentos de WebReference (www.webreferece.com), muestra que, en este caso, estamos ante una sección (artículo, en este caso) compuesto de cinco páginas y, si hubiéramos llegado de forma directa a esta página, sabríamos que es la segunda de la serie

Figura 14b: Otra forma de indicar contexto: camino desplegado en Hipertex.net (www.hipertext.net)

3.7. Jerarquización

Definición	Indicación directa o indirecta de la importancia relativa de las secciones o de la información contenida en el recurso
Examen	¿Existe evidencias de que los contenidos de la web han sido jerarquizados de acuerdo a su importancia relativa?
Ejemplos	Raramente los contenidos de un recurso digital, a menos que su contenido sea muy limitado, tendrán la misma importancia. En materiales de tipo didáctico, tampoco es probable que sea indiferente, al menos la primera vez que se lee o explora, comenzar por una sección u otra, a menos que, como decimos, se trate de materiales muy limitados. Por ambos motivos, una de las funciones principales del autor de un recurso es adoptar un compromiso respecto al orden de precedencia y la importancia relativa de cada sección. Esta función es tanto más importante cuanto más información o secciones tenga el recurso. Ver PBS (www.pbs.org) y comparar con www.refdesk.com
Procedimiento	Examen de la presentación de las secciones en el menú principal en cuanto a disposición, tipografía, y otros recursos gráficos que eventualmente puedan orientar sobre una cierta jerarquización de contenidos del recurso
Puntuación	0-3

Figura 16: El sitio PBS es inmenso, pero hay cuatro temas perfectamente destacados en su página principal (vista parcial) mediante el recurso a la disposición de las imágenes (www.pbs.org)

3.8. Sumarios locales

Definición	Sumarios de secciones o menús locales
Examen	¿Contienen las secciones de la publicación menús o sumarios locales que nos ayuden a conocer con detalle su contenido temático y acceder a cualquiera de sus partes con un número mínimo de clics?
Ejemplos	Un sumario local contiene la información desglosada o detallada de una sola parte de la web. Si el contenido de una web es complejo, las diversas secciones probablemente necesitarán un sumario local. Por la misma razón, el sumario general no puede incluir el detalle de los sumarios locales, porque generaría desorientación y rompería la regla de la jerarquización + abstracción. Ver ejemplos de distribución de menús globales v. locales en: <www.librarypreservation.org>
Procedimiento	Entrar en una o más secciones y observar la existencia o no de sumarios o menús locales
Puntuación	0-1

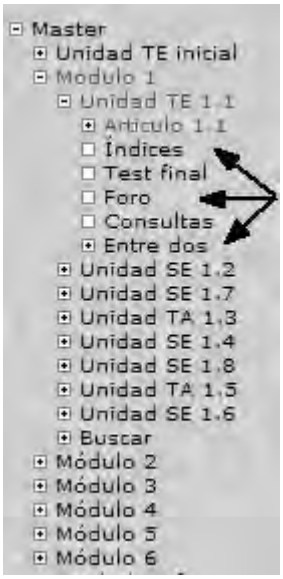


Figura 17ª: Menú local desplegado, relativo a la Unidad TE 1.1 de un Máster que se imparte a través de Internet (www.documentaciondigital)

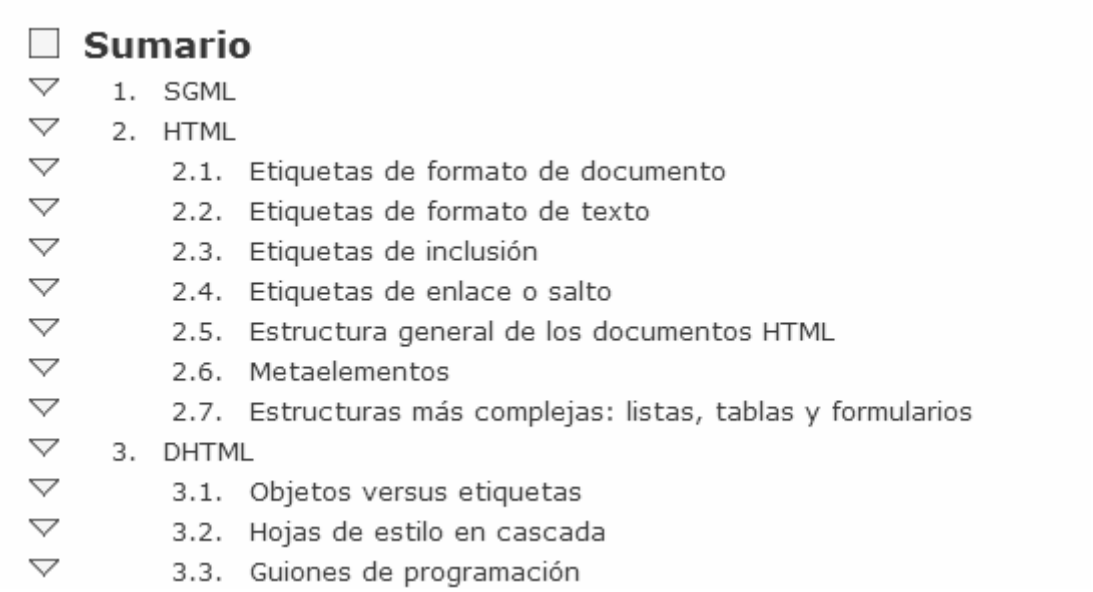


Figura 17b: Un segundo nivel de menú local en el mismo Máster, en esta ocasión, se trata del menú local de un material docente dentro del Máster

3.9. Índices

Definición	Contenido de un recurso en forma de lista de temas, conceptos, nombre propios, fechas, etc.
Examen	¿Contiene índices temáticos, cronológicos, geográficos u onomásticos?
Explicaciones/ Ejemplos	Los sumarios solamente son una de las dos grandes clases de índices posibles de una web. Mientras los sumarios son una representación abstracta y sistemática de la estructura del contenido de la web, los índices son listas detalladas, no sistemáticas, sino alfabéticas, cronoloógicas, etc., de los ítems temáticos, temporales, etc. de la web. Una publicación de cierta complejidad debería tener al menos un índice de temas o de conceptos, además de un sumario. En caso necesario, pueden convenir otros índices: cronológico, de nombres propios (personas, países, etc.), de ilustraciones, de autores citados, etc. Por tanto, no debe confundirse un sumario, o mapa global, con un índice. En un sumario hay una representación jerárquica o analógica de la estructura del recurso, en cambio en un típico índice analítico lo que hay es una lista alfabética de los temas, nombres, etc. que contiene el recurso. A veces, se utilizan una clase de índices analíticos que contienen todas esa clase de informaciones combinadas, se denominan índices diccionarios Pueden verse buenos índices en <www.montague.com | A-Z index> y en <www.w3c.org>
Procedimiento	Localizar alguna sección denominada <subjects>, <temas>, <índices>, <index>, <A-Z>, etc.
Puntuación	0-3

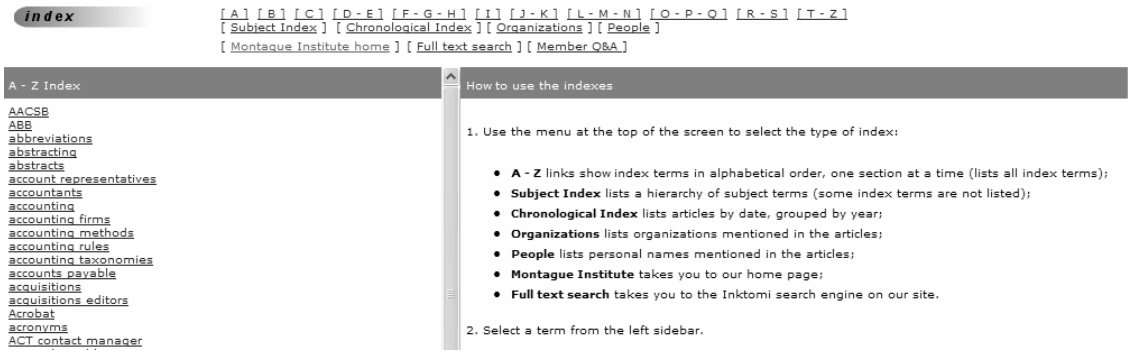


Figura 18ª: Vista parcial del índice del sitio web de The Montague Institute (www.montague.com)

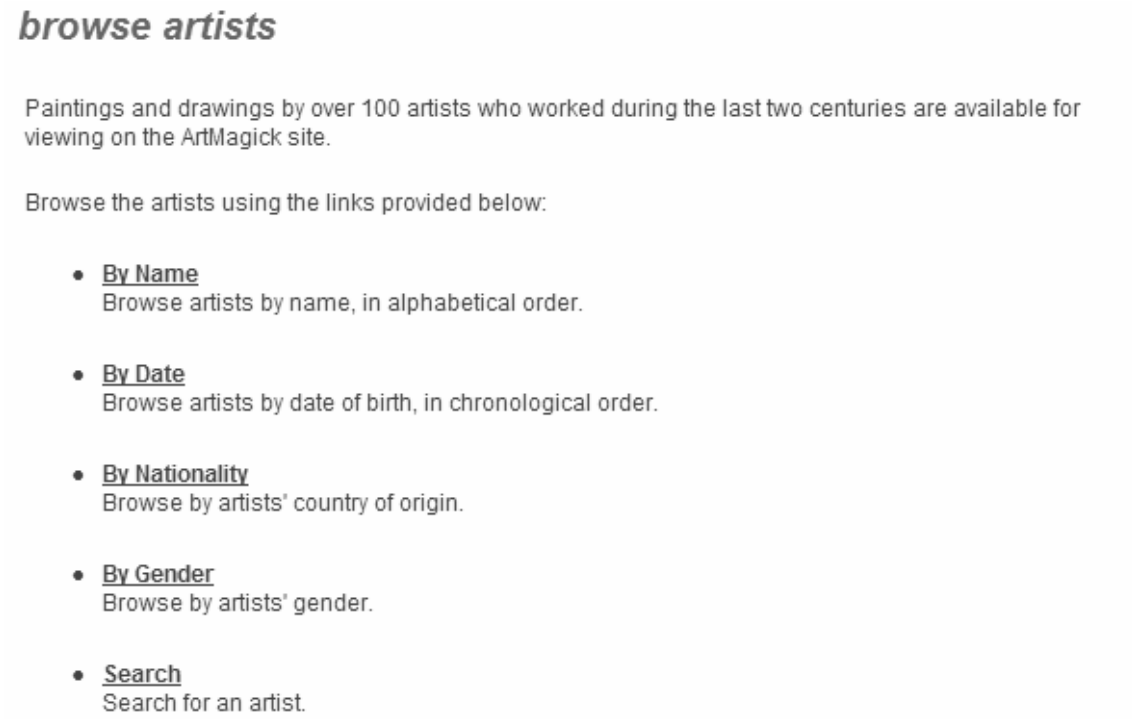


Figura 18b: Otro magnífico ejemplo de índices. En ArtMagick (www.artmagick.com) se pueden buscar artistas (pintores) mediante distintos tipos de índices: nombre, nacionalidad, fechas, etc.

3.10. Navegación semántica

Definición	Enlaces entre secciones no relacionadas estructuralmente
Examen	¿Existe navegación semántica, es decir, existen enlaces que sirven para relacionar secciones o ítems que mantienen entre ellos alguna clase de asociación (aparte de la vinculación jerárquica), por ejemplo asociación de semejanza, causa/efecto, texto/nota de aclaración, cita/referencia, explicación/ejemplo, etc.?
Explicaciones/ Ejemplos	La navegación semántica es una capa de enlaces que, a veces, presentan algunos recursos digitales. Otras veces, es la única clase de enlaces que presenta un recurso. Además de la navegación estructural, suele ser necesaria la navegación semántica, que sirve para unir secciones o nodos que, aunque no queden unidos de manera estructural, sí lo están de manera asociativa. Por ejemplo, en una historia del cine, la estructura jerárquica más frecuente será la cronológica y, dentro de ésta, se estructurará la web por países o cinematografías nacionales, de manera que tal estructura permitirá navegar por la línea del tiempo y, así, conocer a todos los cineastas o a todos los films de, por ejemplo, la década de los 50 de un determinado país, por ejemplo, de Inglaterra. Ahora bien, esa navegación es insuficiente si, lo que pretendo es reunir todas las secciones que hablen de un cineasta como Hitchcock, cuya obra se distribuye a través de varias décadas y de países distintos. No todo recurso requiere esta clase de enlaces; pero se hacen más necesarios a medida que el recurso contiene más información. Por otro lado, una gran cantidad de enlaces semánticos puede ser una mala opción. Por ejemplo, un exceso de enlaces semánticos puede despistar al usuario más que ayudarlo. Ver un ejemplo de buena práctica en: <www.pcwebopedia.com> y un ejemplo de no tan buena, por exceso de enlaces en: <pespmc1.vub.ac.be/>
Procedimiento	Examinar diversas secciones para comprobar la existencia o no de enlaces semánticos. La forma más frecuente en la que se presentan esos enlaces es mediante anclajes a través de palabras subrayadas de un texto. También suelen presentarse en forma de pequeñas compilaciones de referencias adicionales al final de un sección, en la forma de <Temas relacionados>, <Artículos del mismo tema>, etc.
Puntuación	0-3

XHTML

Last modified: Tuesday, January 21, 2003

Short for *Extensible Hypertext Markup Language*, a hybrid between HTML and XML specifically designed for Net device displays.

XHTML is a markup language written in XML; therefore, it is an XML application.

XHTML uses three XML namespaces (used to qualify element and attributes names by associating them with namespaces identified by URI references. Namespaces prevent identically custom-named tags that may be used in different XML documents from being read the same way), which correspond to three HTML 4.0 DTDs: Strict, Transitional, and Frameset.

Figura 19a: Vista (parcial) de un artículo de la Enciclopedia Web (www.pcwebopedia). Cada término subrayado es un enlace (semántico) a un artículo vinculado semánticamente

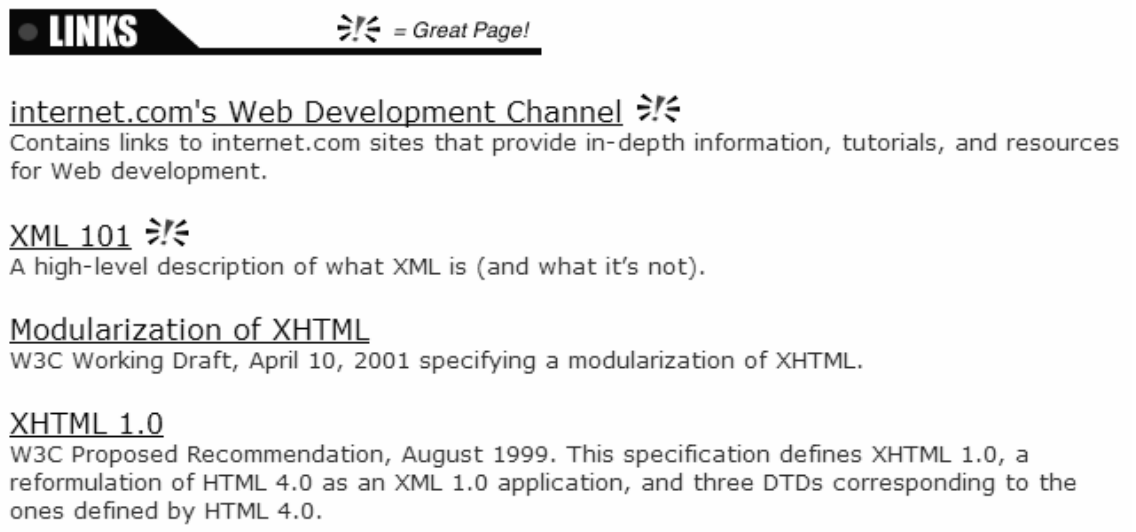


Figura 19b: Vista (parcial) de otro estilo de enlaces semánticos de la PCWebopedia. En esta ocasión, estos enlaces están indicados al final del artículo y se refieren a sitios web vinculados con el tema del artículo (www.pcwebopedia.com)

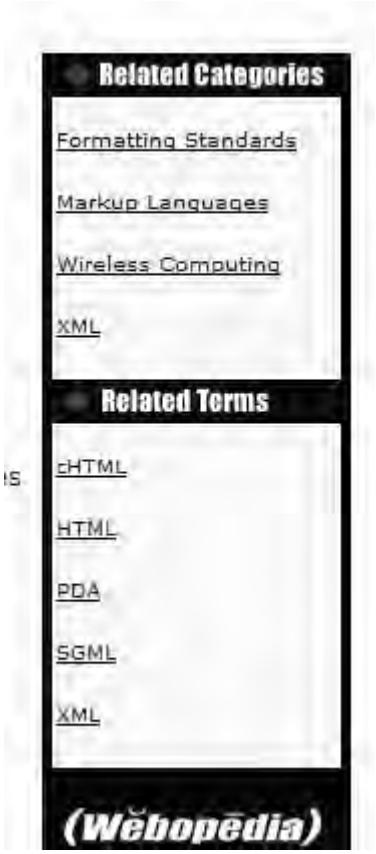


Figura 19c: Aún otro estilo más de enlaces de PCWebopedia: secciones y términos relacionados con el artículo consultado (XHTML)

3.11. Sistema de etiquetas

Definición	Conjunto de términos —o de iconos— utilizados para rotular las distintas secciones del recurso.
Examen	Las etiquetas textuales—o los iconos, en su caso—de las opciones de menú, (1) ¿son informativos o son ambiguos?; (2) ¿son autoexcluyentes o se solapan entre ellos?; (3) ¿es consistente el sistema de etiquetas o se designan las mismas cosas con distintos nombres o bien se utilizan diversas convenciones para las mismas funciones?
Explicaciones/ Ejemplos	El sistema ideal de navegación de un recurso es el reflejo de una estructura jerárquica o en árbol, pero poner de manifiesto esa estructura requiere que las opciones de navegación sean claras y auto excluyentes entre sí. No ayuda de mucho un sistema de navegación con opciones como <novedades>, <últimas noticias>, <informaciones> en un mismo menú. Tampoco un sistema con rótulos como <lo que debe saber>, <entre aquí>, etc. Finalmente, no es útil un sistema inconsistente, donde la misma sección a veces se identifique con <documentos> y otras con <publicaciones>; o donde la opción de búsqueda se indique una veces con una lupa y otra con unos prismáticos; o que la flecha hacia la izquierda a veces lleve al inicio de la sección y otras al sumario principal, etc. Ver un ejemplo de mala práctica en: www.yahoo.es | Actualidad | Noticias, donde se puede comprobar el uso reiterado de etiquetas no autoexcluyentes
Procedimiento	Realizar un juicio de apreciación sobre la claridad del sistema de etiquetas, pero muy especialmente, examinar los menús de distintas secciones de la publicación y comprobar si siempre se rotulan con los mismos términos a las mismas secciones.
Puntuación	0-3

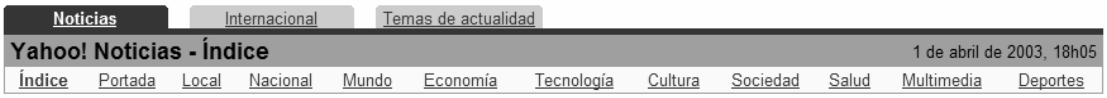


Figura 20: Mal uso del etiquetado de los enlaces: ¿qué diferencia hay entre Índice y Portada?; ¿Qué diferencia hay entre Internacional y Mundo?; ¿Qué diferencia hay entre Noticias y Temas de actualidad? Todos esos rótulos comparten la misma barra de navegación en la sección Noticias de Yahoo (www.yahoo.es)

3.12. Recuperación de información (o Interrogación)

Definición	La recuperación de información o interrogación consiste en el acceso a la información a través de preguntas en forma de frases o palabras clave
Examen	¿Posee un sistema de acceso a la información mediante búsqueda por palabras?
Explicaciones/ Ejemplos	A partir de una cierta complejidad, la navegación será insuficiente para garantizar el acceso a la información. Por muy bien resuelto que esté un sistema de navegación, es imposible, por definición, que pueda solucionar todas las clases de necesidades de información que tendrán los usuarios de esa web. En general, una web sin, al menos, un sistema de búsqueda por palabras, tiene un sistema de acceso a la información incompleto. Esa incompletud será tanto más grave cuanto más compleja y voluminosa sea la información publicada en la web en cuestión.
Procedimiento	Comprobar la existencia de un formulario de búsqueda
Puntuación	0-3

Figura 21: Aunque Yahoo debe su fama a su directorio, que se puede consultar por navegación, no deja de proporcionar una opción de acceso a la información por interrogación (www.yahoo.es)

3.13. Búsqueda avanzada

Definición	Posibilidad de utilizar búsqueda por campos, operadores booleanos, de proximidad, etc.
Examen	¿Permite algún tipo de búsqueda avanzada mediante búsqueda por campos, operadores booleanos, , etc...?
Explicaciones/ Ejemplos	Un buen ejemplo de posibilidades avanzadas de búsqueda lo podemos ver en SOSIG (www.sosig.ac.uk)
Procedimiento	Comprobar la existencia de un formulario de búsqueda avanzada y examinar y poner a prueba sus posibilidades
Puntuación	0-3

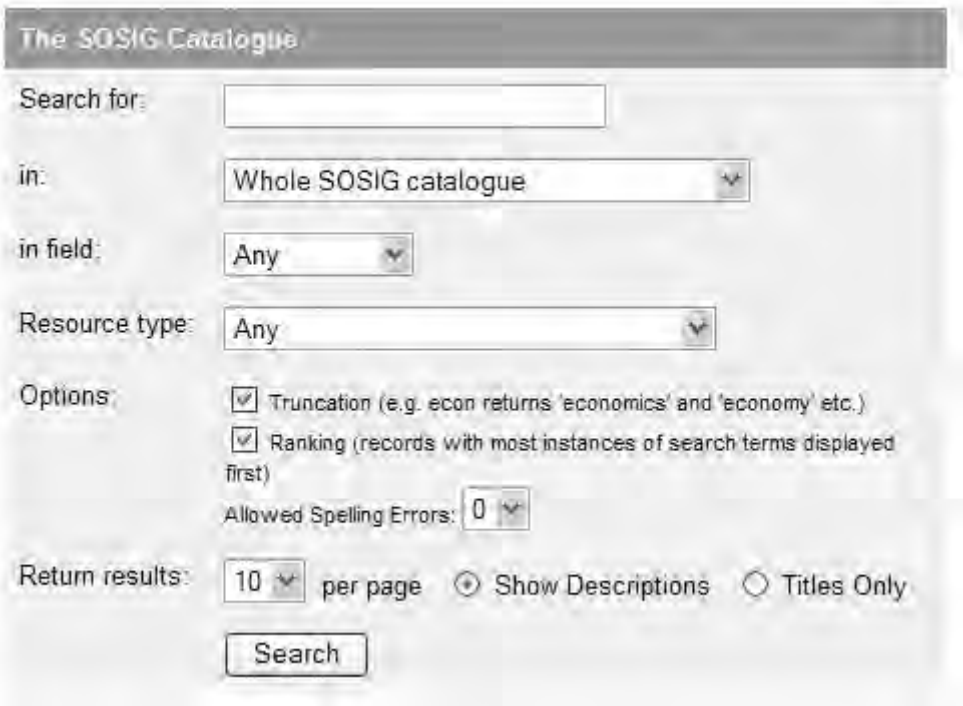


Figura 22: Parte de las opciones de búsqueda avanzada de Sosig. El usuario puede hacer búsquedas por campos, delimitar el alcance de su búsqueda a determinadas categorías, así como elegir opciones de presentación de resultados (www.sosig.ac.uk)

3.14. Lenguaje documental

Definición	Lenguaje utilizado para representar la información mediante un sistema clasificatorio (clasificación tipo CDU) o asociativo (descriptores organizados en un tesauro)
Examen	¿Contiene un sistema de búsqueda basada en alguna forma de lenguaje o de tratamiento documental: sistema de clasificación, ontología, descriptores, tesauro...?
Explicaciones/ Ejemplos	Los sistemas de recuperación de información de máxima calidad proporcionan herramientas que ayudan a los usuarios a expresar de la forma más adecuada su necesidad de información. Ejemplos de estas herramientas son los índices de palabras clave o descriptores y los tesauros. Un magnífico ejemplo de un sistema de recuperación muy completo lo encontramos de nuevo en Advanced Search de Sosig (www.sosig.ac.uk).
Procedimiento	Comprobar la existencia de un formulario de búsqueda avanzada y examinar y poner a prueba sus posibilidades No todos recursos digitales, relacionados o no con aspectos educativos o culturales, requieren de esta clase de sistemas avanzados. Si el recurso no es de una gran complejidad ni contiene grandes volúmenes de información, este indicador puede obviarse (indicando NP, por "no procede")
Puntuación	0-3

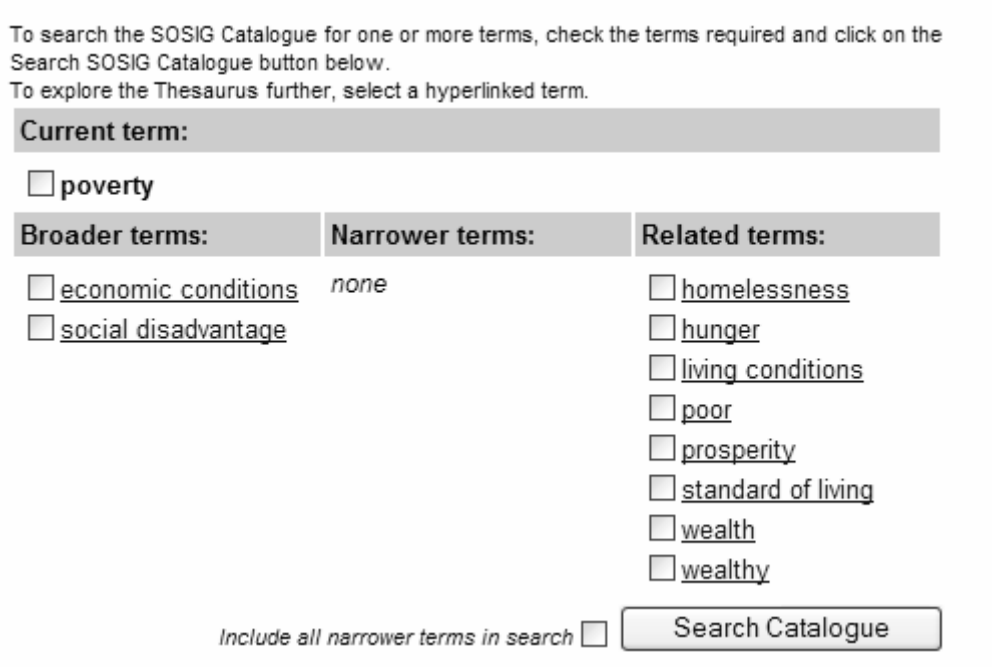


Figura 23: Otra opción de búsqueda avanzada en Sosig: a través de uno de sus tesauros en línea (www.sosig.ac.uk)

4. Ergonomía: Comodidad y facilidad de utilización

4.1. Facilidad

Definición	Facilidad general de utilización del recurso
Examen	¿Las acciones aparentemente más frecuentes son las más accesibles o, por el contrario, requieren de diversas acciones, desplazamientos, numerosos clics, etc.?
Explicaciones/ Ejemplos	Por ejemplo, es frecuente la necesidad de consultar una determinada sección—el número actual de la publicación—por lo que esta opción debería estar siempre accesible.
Procedimiento	Exploración y lectura de, al menos, una sección completa del recurso; así como exploración hasta un segundo nivel de profundidad de dos secciones más
Puntuación	0-3

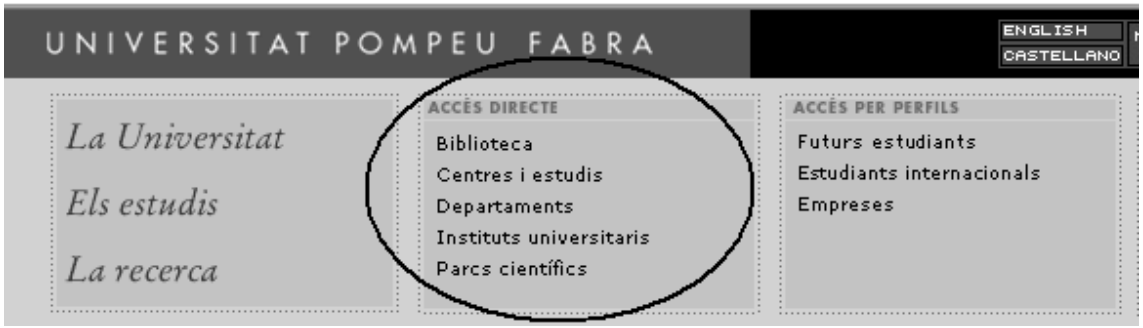


Figura 24: Además de poder acceder mediante los caminos jerárquicos correspondientes, en el sitio web de la UPF se ha presvisto un acceso directo a las opciones más habituales (señaladas con un círculo)

4.2. Flexibilidad

Definición	La posibilidad de llevar a cabo una acción en diversas formas
Examen	¿Se pueden realizar las mismas acciones de distintas formas?
Explicaciones/ Ejemplos	Este indicador no siempre es aplicable. Esta propiedad es tanto más necesaria cuanto más se asemeje alguna parte del recurso digital a una aplicación, es decir a un programa informático, donde los usuarios deben usar funciones diversas. Pero no es un caso frecuente aún. Por tanto, si no es el caso, no debe aplicarse y se indicará NP (por no procedente).
Procedimiento	Utilizar una sección del recurso, si está disponible, que pueda beneficiarse la propiedad anterior
Puntuación	0-3

Figura 25: En el sitio web del W3C es posible acceder a los informes técnicos por diversas vías.

4.3. Claridad

Definición	Contraste adecuado entre figura y fondo.
Examen	¿Hay una buena relación figura/fondo en la web, es decir, hay un contraste adecuado entre texto y fondo, entre ilustraciones y texto, entre ilustraciones y fondo?
Explicaciones/ Ejemplos	Por ejemplo, letras azules sobre fondo oscuro es antiergonómico porque no proporciona un contraste adecuado figura/fondo. En general, la buena relación figura/fondo es fácil de conseguir si se sigue un principio muy simple: un fondo blanco y un texto en color negro proporciona una relación ideal (o cualquier variación que no se aleje de lo indicado: fondo claro y letras oscuras). Lo mismo se puede decir de las imágenes: cualquier imagen sobre fondo blanco o claro tendrá una relación óptima figura/fondo. La mayor parte de los sitios web han ido adoptando la opción más evidente: letras negras (o en colores oscuros) sobre fondo blanco (o muy claro).
Procedimiento	Con los exámenes procedentes realizados para otros indicadores, ya estará el analista en condiciones de puntuar este indicador. En caso contrario, debería realizar un examen general del recurso examinando algunas secciones al menos hasta el primer nivel de profundidad.
Puntuación	0-3

Annan Implores Europeans to Forge Pact on Rebuilding Iraq

By FRANK BRUNI

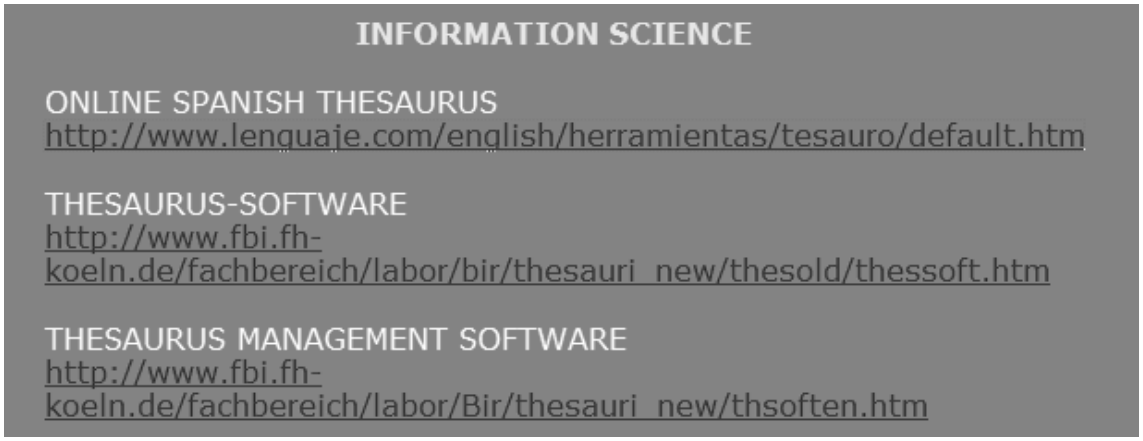
ATHENS, April 17 — The United Nations secretary general, Kofi Annan, implored European Union leaders here today to forge a shared position on the rebuilding of Iraq, saying that they had to move past disagreements over the legitimacy and need for the American-led war there.

The leaders themselves, gathered here this week for a ceremony that

Reuters

President Jacques Chirac of France and Secretary General Kofi Annan of the United Nations gave a press conference after a bilateral meeting in Athens. European leaders today urged the United States to let the U.N. and E.U. help rebuild Iraq.

Figura 26a. Buen ejemplo: New York Tymes optó desde el principio por la mejor relación figura/fondo debido a su experiencia en el mundo impreso



INFORMATION SCIENCE

ONLINE SPANISH THESAURUS
http://www.lenguaje.com/english/herramientas/tesauro/default.htm

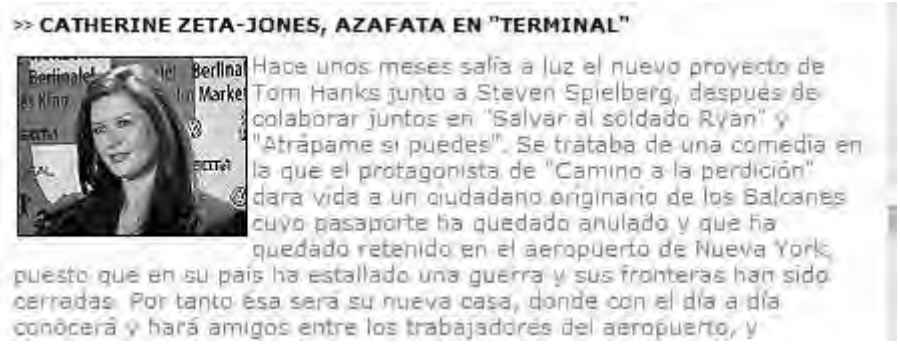
THESAURUS-SOFTWARE
http://www.fbi.fh-koeln.de/fachbereich/labor/bir/thesauri_new/thesold/thessoft.htm

THESAURUS MANAGEMENT SOFTWARE
http://www.fbi.fh-koeln.de/fachbereich/labor/Bir/thesauri_new/thsoften.htm

Figura 26b. Anti ejemplo: una sede web que, como puede comprobarse ha optado por una combinación menos óptima para la legibilidad (no es de los peores casos, no obstante)

4.4. Legibilidad

Definición	Facilidad de lectura de la información textual
Examen	(1) ¿La tipografía empleada: família de letra y tamaño para los textos es adecuada para una buena legibilidad? (2) ¿Las líneas de texto ocupan toda la anchura de la pantalla y hay pocos espacios blancos—lo cual provoca mala legibilidad y fatiga visual—o, por el contrario el texto deja márgenes amplios a los lados y hay espacios en blanco entre los párrafos de texto?
Explicaciones/ Ejemplos	Letras de tamaño muy pequeño impiden la lectura o la convierten en un ejercicio inútil (o de sadismo). Publicar textos (excepto elementos de menús o informaciones muy breves como direcciones o teléfonos) con una tipografía por debajo de, por ejemplo, 9 puntos hace absurda su publicación: si no se puede leer, ¿para qué publicarlo? Estudios sobre el uso de la información en la Web aconsejan que las filas de texto no sean ni inferiores a 40 caracteres ni superiores a los 60 caracteres (T. R. Williams, University of Washington)
Procedimiento	Con los exámenes procedentes realizados para otros indicadores, ya estará el analista en condiciones de puntuar este indicador
Puntuación	0-3


>> CATHERINE ZETA-JONES, AZAFATA EN "TERMINAL"

Hace unos meses salía a luz el nuevo proyecto de Tom Hanks junto a Steven Spielberg, después de colaborar juntos en "Salvar al soldado Ryan" y "Atrápame si puedes". Se trataba de una comedia en la que el protagonista de "Camino a la perdición" dara vida a un ciudadano originario de los Balcanes cuyo pasaporte ha quedado anulado y que ha quedado retenido en el aeropuerto de Nueva York, puesto que en su país ha estallado una guerra y sus fronteras han sido cerradas. Por tanto ésa será su nueva casa, donde con el día a día conocerá y hará amigos entre los trabajadores del aeropuerto, y

Figura 27: Letras de pequeño tamaño con un color poco contrastado (gris) no es una opción óptima para un texto destinado a ser leído en pantalla (www.cinemagazine.com, un excelente y siempre recomendable sitio web por otro lado por la calidad y variedad de sus contenidos)

4.5. Recursos multimedia

Definición	Adecuación del uso de imágenes o sonido en el recurso
Examen	¿Las imágenes o los sonidos, si las hay, complementan la información textual y son necesarias para la exposición del tema tratado o entorpecen la lectura del texto o, al revés, el texto entorpede la lectura de las imágenes y del sonido?
Explicaciones/ Ejemplos	El uso de recursos multimedia debe estar justificado y no obedecer a una mera utilización "de adorno" o respondiendo a simples modas o tendencias. En todo caso, el uso de diversas morfologías de la información: texto, imagen, sonido, etc., debe responder a una estrategia discursiva coherente.
Procedimiento	Determinación de la existencia o no de relación adecuada entre los elementos multimedia del recurso
Puntuación	0-3

Figura 28a: Anti ejemplo: Un uso inadecuado de imágenes: la imagen facsímil de un manuscrito de Darwin entorpece la lectura de los textos del sitio Web sobre Darwin de la BBC (http://www.bbc.co.uk/education/darwin/index.shtml)

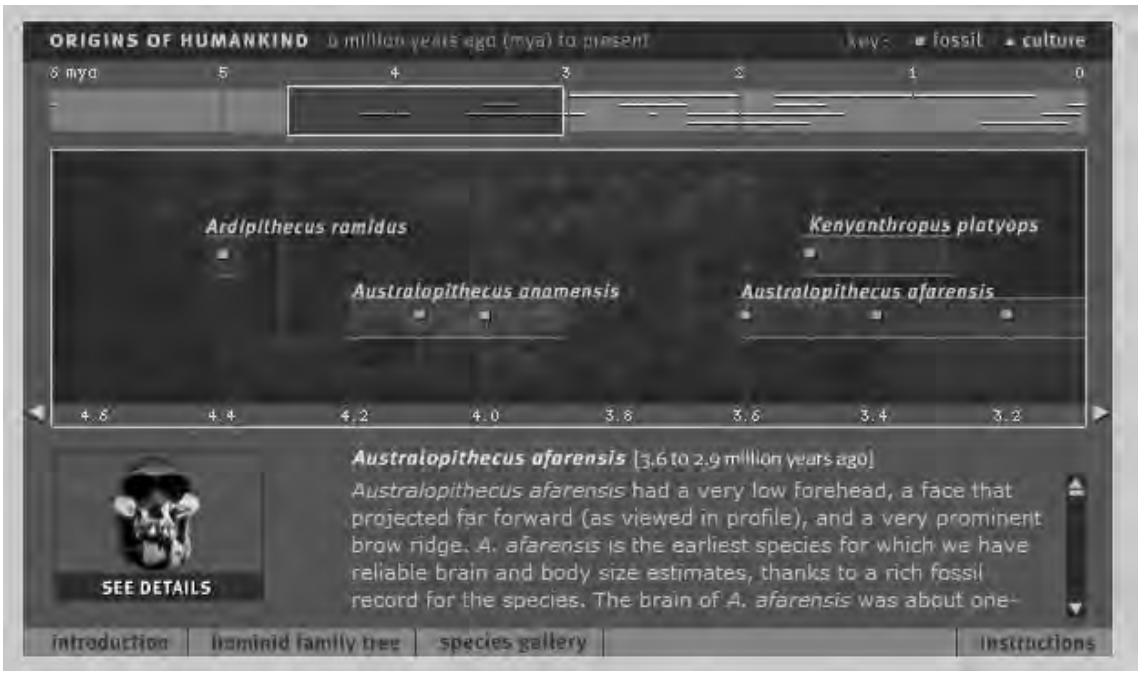


Figura 28b: Un magnífico ejemplo de uso adecuado de recursos multimedia. Se trata de una línea del tiempo dinámica para poder conocer mejor la historia de los orígenes de la humanidad a lo largo de millones de años. La línea del tiempo se puede desplazar a derecha e izquierda, y se puede hacer clic sobre los nombres de los diferentes ancestros de la familia de los homínidos, cosa que genera la aparición de nuevos gráficos y textos explicatrivos (http://www.pbs.org/wgbh/evolution/humans/humankind/index.html)

4.6. Velocidad

Definición	Tiempo de descarga de las diversas secciones del recurso
Examen	¿La velocidad de descarga de las páginas es suficiente, o bien la tecnología utilizada, el tamaño de las imagenes, etc., hacen difícil y lenta la descarga de las páginas teniendo en cuenta los objetivos del recurso y el público destinatario?
Explicaciones/ Ejemplos	El afán de añadir tecnología de última generación hace muy difícil entrar en algunos recursos. Puede estar justificado si el recurso se va ha utilizar en un entorno controlado, por ejemplo, en una Intranet, pero no en un entorno abierto como la web y menos si el público destinatario es más o menos generalista.
Procedimiento	Estimar si el tiempo de descarga de la web es rápido o lento. Utilizar un reloj que disponga de segundero si es necesario. Según J. Veen, el tiempo promedio de descarga de una página en las mejores web está alrededor de 25 segundos. Esta indicación debe ser tomada con precaución. No supone que deba ser penalizada una web que necesita 26 segundos; pero sí supone que debe empezar a considerarse lenta una web que necesite tres veces ese tiempo, es decir, que necesite 60 segundos o más.
Puntuación	0-3

III. Visibilidad

La visibilidad estudia el encaje de la publicación digital en el contexto de la Internet como un elemento esencial.

5. Luminosidad

La luminosidad de una web se refiere al número de enlaces que parten del sitio analizado hacia otras sedes web. La razón para añadir enlaces hacia webs externas es que consiste en una forma de añadir utilidad a una publicación. Ahora bien, en el mundo de la Web, los enlaces externos son un arma de doble filo. Por un lado, pueden ser un excelente complemento a cualquier material, pero también son una invitación a abandonar la publicación y a la consiguiente dispersión y posible confusión del lector/internauta.

Por tanto, procede examinar la calidad de la luminosidad de una publicación con la utilización de los indicadores que se presentan a continuación:

5.1. Enlaces

Definición	Enlaces que parten del sitio analizado hacia otros sitios web
Examen	¿Posee enlaces a sitios o recursos externos?
Explicaciones/ Ejemplos	Casi cualquier materia o tema puede beneficiarse de la facilidad de la WWW para enlazar recursos entre sí. En general, por tanto, cualquier recurso digital puede tener ese tipo de enlaces, al menos, en alguna de sus secciones.
Procedimiento	Detectar y activar los posibles enlaces externos que pueda tener el recurso analizado. Determinar su oportunidad, exhaustividad y acierto.
Puntuación	0-3

Figura 28: La publicación DLib (www.dlib.org) incluye siempre diversas secciones de enlaces sobre temas de su especialidad

5.2. Contexto del anclaje

Definición	Contexto de aparición de los anclajes que activan los enlaces
Examen	Si debiera tener enlaces a recursos externos y, si de hecho, los tiene, ¿aparecen los enlaces a fuentes externas en el contexto oportuno y favorecen así el aprovechamiento del material?
Explicaciones/ Ejemplos	La selección del lugar adecuado del anclaje de un enlace favorece su aprovechamiento. En medio del texto de una explicación, por ejemplo, un anclaje de un enlace puede perjudicar la comprensión del mismo; en cambio, situado al margen o al final del texto, puede complementar y aumentar el valor del texto
Procedimiento	Seleccionar una muestra de enlaces a recursos externos—si existen—y enjuiciar el acierto o desacierto de la elección de los anclajes
Puntuación	0-3

Figura 29: En las noticias de El País, los numerosos enlaces que pueden añadir valor a una información se agrupan y se muestran por separado del texto principal

5.3. Anticipación

Definición	Información anticipada ofrecida por el anclaje
Examen	Si el recurso utiliza enlaces incrustados en el contenido de la publicación, ¿están identificados de manera adecuada de forma que anticipen al lector el resultado de activar el enlace y, en todo caso, es evidente para el lector que si activa el enlace abandona el artículo o sección que está leyendo de la publicación?
Explicaciones/ Ejemplos	No es lo mismo un anclaje críptico tipo <clic aquí> que un anclaje con un título y al menos una línea de explicación. Además, todo anclaje debería desplegar alguna información al pasar el cursor por encina y no solamente un canvi en la forma de éste último.
Procedimiento	Análisis de una muestra de anclajes de enlaces externos
Puntuación	0-3

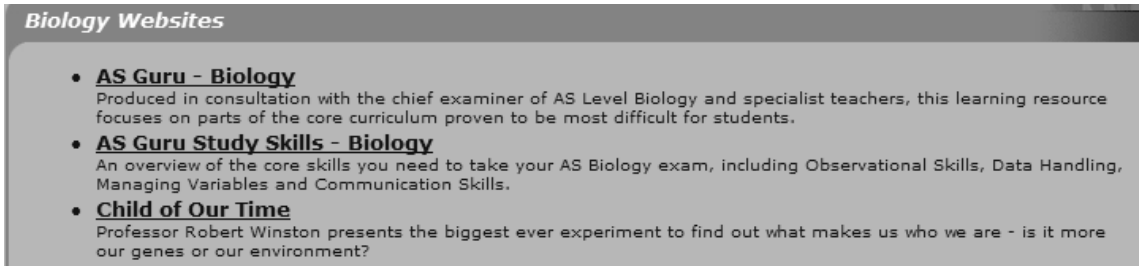


Figura 29a: Un buen ejemplo: la lista de sitios relacionados de la BBC sobre biología no se limita a un título, sino que cada enlace presenta una breve descripción

Figura 29b: Un anti ejemplo: una lista de enlaces sin ningún tipo de anticipación (en www.refdesk.com, un buen sitio web por su contenido, sin embargo), rotulado con la ambigua etiqueta “Misc” (Miscelanea)

5.4. Oportunidad

Definición	Oportunidad y adecuación de los enlaces externos
Examen	¿El número y la naturaleza de los enlaces es adecuado a las características del recurso o, por el contrario es escaso, excesivo o injustificado?
Explicaciones/ Ejemplos	No todo debe enlazar con todo, especialmente en recursos didácticos y científicos. En general, el exceso es peor que el defecto y, en todo caso, cada enlace debe estar tener una justificación.
Procedimiento	Activación de una muestra de enlaces externos (entre 5 y 10 para cada sección, según la amplitud del recurso) y realización de estimaciones de oportunidad en base a la relación temática de los enlaces externos con la materia del recurso y el contexto donde aparecen los anclajes de los enlaces.
Puntuación	0-3

Figura 30a: El sitio de noticias de la BBC contiene lo que denominan Interactive Essays. Es un buen ejemplo de uso adecuado de enlaces. Complementan bien el tema principal del enlaces pero no entorpecen la lectura de los textos o la visión/audición de los materiales multimedia (http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/2957145.stm)

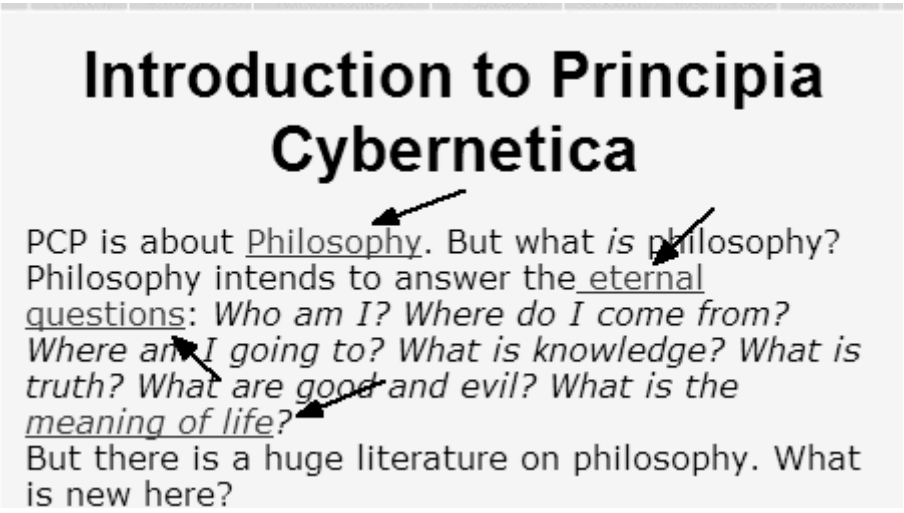


Figura 30b: Un ejemplo de uso masivo de enlaces, poco adecuados en general. En un pequeño párrafo podemos contar cuatro enlaces para uns introducción a la Cibernética. Algunos de ellos conducen a cosas como “eternal questions” o “meaning of life”.

5.5. Calidad

Definición	Calidad de los enlaces externos
Examen	¿Presenta indicios de que los enlaces han sido seleccionados y evaluados siguiendo algún criterio claro de calidad intrínseca de los recursos enlazados?
Explicaciones/ Ejemplos	No se deben enlazar recursos de baja calidad; y menos aún en materiales con fines didácticos
Procedimiento	Activación de una muestra de enlaces externos (entre 5 y 10 para cada sección, según la amplitud del recurso) y realización de estimaciones aproximadas de calidad de los enlaces externos
Puntuación	0-3

5.6. Actualización

Definición	Período de tiempo transcurrido desde la última comprobación de la validez de los enlaces externos
Examen	¿Están actualizados los enlaces del recurso considerado o, por el contrario, hay abundancia relativa de enlaces obsoletos o “rotos”?
Explicaciones/ Ejemplos	Si un recurso presenta enlaces externos, pero no se realiza una labor de mantenimiento, éstos van degradándose por obsolescencia o por rotura de las direcciones enlazadas
Procedimiento	Los enlaces revisados con motivo de los indicadores anteriores, deberían ser suficientes para que el analista pueda tomar decisiones sobre este indicador
Puntuación	0-3

5.7. Tratamiento

Definición	Valor añadido de la información que presenta el recurso considerado sobre los enlaces externos
Examen	En el caso de presentar los enlaces externos en una sección bien diferenciada, ¿propone una simple lista de títulos de sedes web o, por el contrario, se presenta alguna clase de información de valor añadido sobre ellas?
Explicaciones/ Ejemplos	De aplicación solamenten en sitios web con secciones dedicadas a mostrar directorios de recursos. La información de valor añadido más característica es uns breve descripción o resumen del recurso. Además, algunas webs ofrecen descriptores (o palabras clave), información sobre la fuente, la lengua, una valoración del recurso de acuerdo a alguna escala, etc. En algunos casos, no es necesario aplicar este indicador, ya que en algunas publicaciones la aplicación del indicador n. 5.3 cumple la misma función. Por ejemplo, se puede aplicar a Yahoo, puesto que tiene una sección de directorio, pero no, por ejemplo, a CineMagazine. Un ejemplo de práctica excelente lo tenemos en Sosig (www.sosig.ac.uk) y un ejemplo de práctica mucho menos eficiente lo tenemos precisamente en Yahoo (www.yahoo.es; www.yahoo.com).
Procedimiento	Los enlaces revisados con motivo de los indicadores anteriores, deberían ser suficientes para que el analista pueda tomar decisiones sobre este indicador
Puntuación	0-3

- Filmmaker Magazine - dedicated to independent filmmaking.
- Cyber Film School - offers news, reviews, forums, technical information, and more.
- FilmSecrets - with information on Super 8 and guerilla filmmaking.
- eXposure: The Internet Resource for Young Film-makers - articles and information for those people dumb or brave enough to pick up a camera and shout "Action!"

Figura 31a: Típico tratamiento de recursos en el directorio de Yahoo. Apenas una línea de texto explicativo

National Anthropological Archives and Human Studies Film Archives

Description: This web site created and maintained by the National Museum of Natural History at the Smithsonian Institution gives links to a number of sites of ethnographic archives, on- line ethnography, and sites about anthropologists, as well as anthropology at the Smithsonian, National Anthropological Archives, and the Human Studies Film Archive.

Keywords:
museum, world, visual anthropology, ethnology, cultural anthropology, Smithsonian, Africa, music, folk culture, Ethnic Studies, anthropology of anthropologists, museum collections, photography, ethnography

Subject Section(s): Ethnology, Ethnography, Anthropology History of Anthropology Teaching and Research (Anthropology) Reference Works (Anthropology) Anthropologists - Life and Works Anthropological Theory Anthropology, Methods and Techniques Historical and Archaeological Material Language and Communication (Anthropology) Ethnographic Studies of Peoples and Communities Religion, Magic and Sorcery Knowledge, Folk Traditions, Arts and Science

Resource Type: Articles/Papers/Reports (collections)

Language: en

URL: http://www.nmnh.si.edu/naa/

Figura 31b: Típico tratamiento informativo de un recurso en el directorio y base de datos Sosig (www.sosig.ac.uk)

6. Ubicuidad

La ubicuidad (según Ricardo Baeza) es la facilidad relativa que presenta una sede web para ser localizada y encontrada en la Web. A la ubicuidad contribuyen diversos elementos. Uno de ellos es la popularidad, que se refiere al número y calidad de los enlaces que recibe el sitio analizado de otras sedes o páginas web. Un sitio muy enlazado (muy popular) queda mejor situado en los resultados de un motor de búsqueda. Además, en teoría, existe una correlación directa entre el grado popularidad de un recurso digital y su calidad. Por tanto, la visibilidad o popularidad de un recurso digital puede ser un buen indicador de calidad. La ubicuidad es uno de los componentes del posicionamiento web, es decir, del repertorio de medidas que debe aplicar un sitio para quedar bien posicionado en los resultados de los motores de búsqueda. Se considerarán, en este sentido, los siguientes indicadores:

6.1. Título

Definición	Título en la etiqueta <title> de la sección HEAD del recurso
Examen	(1) ¿El título de la publicación que aparece en la barra del navegador de color azul superior es informativo? (2) De hecho, ¿tiene título? Es frecuente encontrar publicaciones digitales sin título en el código fuente (etiqueta <title>) (3) ¿El título es adecuado, es informativo? (4) ¿Tienen un título propio las diferentes secciones?
Explicaciones/ Ejemplos	No se trata de comprobar si el recurso tiene un título convencional, sino si contiene las etiquetas <title> en la sección HEAD
Procedimiento	Comprobar la información de la barra superior del navegador. Comprobar la adecuación del mismo, en caso de tener título.
Puntuación	0-2

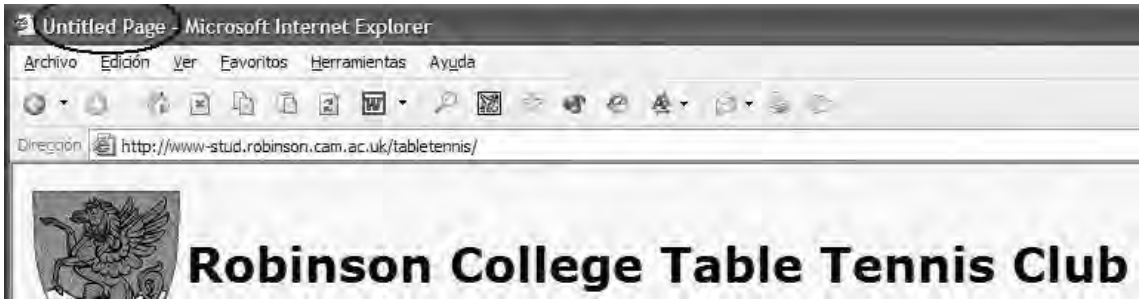


Figura 32: Una página sin la etiqueta <title> en el código fuente genera el título por defecto: "Untitled Page", como puede verse en este ejemplo. Esta página no será bien indizada por los motores de búsqueda y raramente quedará bien situada en los resultados.

6.2. Transparencia

Definición	Información textual sobre la temática principal del recurso
Examen	¿Los primeros párrafos o elementos del recurso contienen información en formato textual donde se haga explícito el contenido del recurso o existen otras indicaciones que informan claramente sobre el contenido o el propósito de la publicación?
Explicaciones/ Ejemplos	Sin unos primeros párrafos de texto donde se mencionen los temas esenciales de la publicación, es más difícil que los motores de búsqueda de Internet indicen bien la página
Procedimiento	Observación página principal
Puntuación	0-3

6.3. Meta información

Definición	Información sobre el recurso contenido en el propio recurso a través de etiquetas en la sección <head>, en las etiquetas de los enlaces <a> y del atributo alt en las etiquetas de las imágenes <img>
Examen	¿El elemento HEAD de la web contiene al menos algunas etiquetas de meta datos básicas como <author>, <keywords> y <description>? ¿Las etiquetas de los enlaces tienen de forma sistemática el atributo <title> y los enlaces a imágenes tienen el atributo <alt>?
Explicaciones/ Ejemplos	Pueden verse el tratamiento de meta etiquetas y de meta datos de una web haciendo que el navegador despliegue el código fuente de la página web (Menú: Ver > Código fuente). Puede verse un ejemplo de metadatos desplegando el código fuente de: www.hipertext.net En ambos casos (meta etiquetas y meta datos) los elementos correspondientes estarán, si lo están, en la sección <head>. Sin embargo, no siempre es posible desplegar el código fuente de un sitio web. En tal caso, es imposible la comprobación directa de este parámetro a través del navegador. No aplicar cuando no se dispone de medios para verificar este apartado. Para los metadatos en enlaces e imágenes, se puede situar el cursor sobre un enlace y observar si se despliega o no un título.
Procedimiento	Desplegar el código fuente de la página principal del recurso y de, al menos dos secciones adicionales del recurso en exámenes externos para realizar una cata. En auditorias debería realizarse una exploración sistemática de todas las páginas y de todos los enlaces.
Puntuación	0-2

```
…
<head>
      <title>Evolution: Change: Deep Time</title>
      <meta name="description" content="Explore almost 4
billion years of life on Earth.">
      <meta name="keywords" content="deep
time,timeline,Geology,geologic,Earth,history,origin,history
life,RNA,Bacteria,microbe,prokaryote,photosynthesis,adaptation,
extinct,Extinction,Background extinction,Extinction
rate,Species,Speciation,Cambrian,eukaryote,protozoan,ancestor,a
ncestral,dinosaur,reptile,mammal,human,fossil,era,Precambrian,P
ermian,ice age,epoch,dating,adaptive
radiation,niche,atmosphere,environment,climate,climatic,volcani
c,plate tectonics,tectonic,Pangaea,Supercontinent,Super
continent,Continental,continent">
…
```

Figura 33: Reproducción del código fuente de la sección <head> de una página web de PBS (http://www.pbs.org/wgbh/evolution/change/deeptime/index.html). Se han destacado los inicios de las etiquetas de los tres metadatos básicos: <title>, <description> y <keywords>.

6.4. Dublin Core

Definición	Conjunto normalizado de meta datos
Examen	¿El elemento HEAD contiene el sistema avanzado de meta datos Dublin Core?
Explicaciones/ Ejemplos	La norma internacional Dublin Core es uno de los intentos de hacer más "inteligente" la navegación y la recuperación de información en Internet. Pese a todo, algunas estadísticas indican que menos del 3% de todas las páginas web de Internet utilizan Dublin Core. Ver ejemplos en: Sosig (www.sosig.ac.uk); Ahds (www.ahds.ac.uk). No todos los sitios web necesitan este sistema de metadatos. Es importante, sin embargo, en sitios web vinculados con la ciencia, la investigación, las universidades y el patrimonio cultural. No aplicar este criterio, en cambio, recursos o sitios del sector. No aplicar en todo caso si no se dispone de medios para examinar el código fuente.
Procedimiento	Desplegar el código fuente de la página principal del recurso y de, al menos dos secciones más del recurso. Examinar la página principal, por si aparece alguna indicación sobre los metadatos (suele estar al final de la página principal, junto a indicaciones como la fecha, etc.)
Puntuación	0-1

6.5. Popularidad

Definición	Número de enlaces o citaciones que recibe un recurso
Examen	¿Es un sitio muy enlazado? Es decir: ¿hay otros sitios o páginas web que contengan enlaces al recurso considerado y, en todo caso, cuántas son?
Explicaciones/ Ejemplos	Para decidir sobre este indicador podemos utilizar un motor de búsqueda, como AltaVista (www.av.com), y utilizar la opción correspondiente al efecto; a saber, la opción que permite saber cuántas páginas web apuntan a una URL determinada. Por ejemplo, si entramos en AltaVista para saber cuántas páginas web apuntan a la página de la UPF podemos hacer lo siguiente, una vez en AltaVista: link: www.upf.es Sin embargo, el número absoluto de páginas webs que apuntan a un recurso determinado puede no ser un indicador suficiente en algunos casos, sino que será necesario hacer una comparación. Para ello, podemos hacer la misma medición con otro recurso de referencia para obtener así una medida comparativa o relativa. Por ejemplo, si deseamos evaluar la visibilidad relativa de una universidad como la UPF, tal vez podríamos compararla con la de otra universidad que podamos adoptar como referencia y ver así en qué medida la estrategia de visibilidad de la UPF ha tenido más o menos éxito que universidades más o menos similares. Por ejemplo, dadas las similitudes, tal vez sería útil comparar la visibilidad relativa de un material docente de la UPF poniéndola en contraste con la visibilidad de la Universidad Carlos III de Madrid, o con la Universidad Politécnica de Cataluña, etc. Si nos da una puntuación muy por encima o muy por debajo, sabremos más cosas sobre la calidad de ese parámetro para la web considerada que con la puntuación absoluta.
Procedimiento	Utilizar la opción correspondiente en un motor de búsqueda. Una opción alternativa es determinar el tráfico mediante Alexa (www.alexa.com)
Puntuación	0-3

Figura 34: La fórmula de búsqueda para conocer la popularidad de una sede web. Se han combinado los operadores link y url en este último caso para retirar las autocitaciones.

IV. Usabilidad

Los parámetros de usabilidad se refieren principalmente (pero no exclusivamente) a los aspectos transaccionales de una sede web (subscripciones, envío de materiales, participación en foros, encuestas, etc.).

7. Procesos

7.1. Visión de estatus

Definición	Visión no ambigua de la situación del proceso o transacción
Examen	¿Existen indicaciones del estado de la acción o de la transacción que se está llevando a cabo?
Explicaciones/ Ejemplos	La indicación o visión no ambigua de la situación de un proceso es esencial para la facilidad de uso de una web en el mundo de la ciencia. Una sede web dedicada a funciones científica o académicas debe proporcionar siempre indicaciones claras y visibles sobre la situación en caso que incluya transacciones o acciones (p.e., cuando un internauta desea suscribirse a algún servicio de información vinculado a la publicación, cuando desea enviar un mensaje para participar en un foro de debate o cuando participa en una encuesta, etc.). Cuando se realiza una acción a través de una sede web no deberíamos tener dudas sobre si ya hemos completado una encuesta o si debemos hacer alguna acción más. Un buen ejemplo de visibilidad de estatus es la forma de realizar adquisiciones libros o discos en Amazon (www.amazon.com). El ejemplo considerado canónico por la mayor parte de los observadores es la gestión de adquisiciones de Amazon (www.amazon.com)
Procedimiento	Realización –o simulación—de la transacción y observación de la adecuación del estado de la acción y del estado e informaciones visibles en la página
Puntuación	0-3

7.2. Convenciones

Definición	Utilización de lenguajes y convenciones familiares a los usuarios
Examen	¿Utiliza la sede web un lenguaje y un rotulado de iconos transparente y en lenguaje natural y sigue las convenciones más habituales en el manejo de las acciones o transacciones en cada caso o es poco comprensible para usuarios no habituales?
Explicaciones/ Ejemplos	Un antiejemplo de este indicador lo teníamos en Boxmind (www.boxmind) --por otro lado una magnífica sede web—donde se había rotulado con un icono que tiene el texto Search, la función de visualización de resultados. Otra web, Celluloid-Silicon (www.celluloid-silicon.com/cs.htm) indica con el icono habitual para seguir adelante (dos flechas) la función de enviar un mensaje de correo al administrador de la web. En algunas ocasiones, algunas web utilizan un sistema de anclajes poco habitual: el principal error consiste en anclajes inadvertidos: no solamente no utiliza, por ejemplo, palabras subrayadas en color azul, sino que el cursor ni tan solo cambia de forma cuando pasa por el enlace...
Procedimiento	Examen del seguimiento de las convenciones habituales en las acciones más frecuentes: ayuda, búsquedas, activación de enlaces, correo al administrador de la web, etc.
Puntuación	0-3

8. Errores

8.1. Deshacer acciones

Definición	Deshacer la última acción
Examen	¿En determinados puntos de la transacción o acción es posible deshacer ésta de manera fácil?
Explicaciones/ Ejemplos	Los errores atribuibles a los usuarios cuando usan una web—o un programa—son inevitables. No se pueden diseñar sedes webs de tipo transaccional libres al cien por cien de esa clase de errores, pero al menos el diseñador debe esforzarse por minimizar sus consecuencias, empezando por la posibilidad que debería ser omnipresente de deshacer las últimas acciones y acabando por diseñar mensajes de error que sean inteligibles para el usuario. En un nivel elemental, todo formulario debe tener una forma rectificar los datos, por ejemplo, con un botón "deshacer". En casos más avanzados, como realizar una subscripción, una matriculación o la adquisición de materiales, nuevamente nos referiremos a Amazon, ejemplar en muchos sentidos. Durante todo el proceso de compra, se puede deshacer la acción. Incluso una vez confirmada la compra, el cliente dispone aún de 90 minutos para anular su pedido
Procedimiento	Realización –o simulación—de la transacción y observación de la adecuación del estado de la acción y del estado e informaciones visibles en la página
Puntuación	0-1

8.2. Mensajes

Definición	Mensajes del sistema en caso de error
Examen	En caso de error, ¿el mensaje del sistema es inteligible o utiliza un argot incomprensible?
Explicaciones/ Ejemplos	Algunos mensajes de error típicos—por desgracia—de la web son de este estilo: "error n. X". Ese tipo de mensaje no dice nada al usuario, que no puede tomar ninguna decisión. Sería más lógico un error de este tipo: "falta cumplimentar uno de los campos, vuelva por favor a revisar el formulario".
Procedimiento	Realización –o simulación—de la transacción y observación de la adecuación del estado de la acción y del estado e informaciones visibles en la página
Puntuación	0-1

8.3. Consecuencias

Definición	Consecuencias de los errores
Examen	En caso de error del usuario, ¿se ha procurado minimizar las consecuencias?
Explicaciones/ Ejemplos	En algunas webs, una vez rellenados formularios que pueden llegar a ser muy largos, si falta algun campo, el sistema devuelve de nuevo el formulario sin datos, de manera que, para añadir, por ejemplo, un número de código postal descuidado por el usuario, éste debe rellenar de nuevo decenas de campos. Situaciones como ésa deben evitarse cuidadosamente.
Procedimiento	--
Puntuación	0-1

9. Adaptación

9.1. Adaptación

Definición	Capacidad de personalización y adaptación a cada usuario
Examen	¿Pueden los usuarios de la web adaptarla a sus necesidades, lengua, contexto o intereses personales?
Explicaciones/ Ejemplos	Una de las grandes virtudes de la WWW es que se considera un medio de masas "desmasificado". La paradoja consiste en que las publicaciones de la WWW pueden resultar accesibles a un público universal y, al mismo tiempo, se pueden adaptar con mucha facilidad a colectivos de usurios muy concretos. La adaptación y la flexibilidad es un parámetro relacionado con aspectos como la existencia de diversas vías para realizar las mismas acciones, la posibilidad que cada usuario adapte el sistema a sus necesidades (*customization*) y la facilidad para realizar las acciones más habituales. Este parámetro está muy relacionado con el n. 4 y, en particular con los indicadores 4.1 y 4.2. Por ejemplo, los usuarios de una publicación ¿pueden adaptarla a sus intereses temáticos y curriculares particulares? Aún no es frecuente en sitios web de ciencia y cultura, pero sí en webs como Yahoo, y en buscadores como AllTheWeb
Procedimiento	Examen de este tipo de posibilidades
Puntuación	0-3

9.2. Redundancia

Definición	Capacidad para hacer las mismas acciones por distintos medios
Examen	¿Se pueden realizar las acciones más habituales de distintas formas o se puede acceder a las principales secciones por diversas vías?
Explicaciones/ Ejemplos	--
Procedimiento	--
Puntuación	0-3

9.3. Acceso

Definición	Facilidad de acceso a las acciones más habituales
Examen	¿Las acciones más habituales están presentes en la primera sección de la web y sin necesidad de realizar *scrolls* o, por el contrario, requieren de diversos clics?
Explicaciones/ Ejemplos	--
Procedimiento	--
Puntuación	0-3

9.4. Política

Definición	Políticas y normas del recurso
Examen	¿Hay una sección dedicada a exponer las normas y la política de la institución editora, por ejemplo, respecto a la forma de suscripción, si es el caso, normas de uso, envío de rectificaciones, etc.?
Explicaciones/ Ejemplos	--
Procedimiento	--
Puntuación	0-3

Procedimiento de análisis y asignación de puntuación

1. Puntuación de cada indicador

Se recomienda asignar de 0 a 3 puntos a cada indicador según su adecuación a la situación óptima, excepto aquellos indicadores que, por su naturaleza binaria—se cumplen o no se cumplen—se recomienda puntura o bien 0 o bien 1. Para los indicadores de 0 a 3 se recomienda la siguiente interpretación:

Puntos	***Interpretación***
0	*Error grave*
1	*Error*
2	*Correcto, pero mejorable*
3	*Excelente*

2. Aplicación

Es posible que no todos los indicadores son aplicables a todas las web; aquellos indicadores que no corresponde evaluar dada la naturaleza de la web se indican con NP (no procede).

3. Puntuación global

La puntuación global se puede obtener dividiendo el total de puntos por el número de indicadores que se han aplicado. Por ejemplo, si se han aplicado, por ejemplo, 30 indicadores y se han obtenido en total 80 puntos, la puntuación global será de 2,6 puntos. Las mejores publicaciones, por tanto, deberían recibir entre 1,9 y 3 puntos en ese caso. Por debajo de 1,5 cualquier publicación se beneficiará de una revisión en profundidad. Por debajo de 1 punto, la web necesita de forma imperativa a una renovación.

Las fichas de evaluación deberían tener tres partes:

1-Identificación del recurso
2-Análisis
3-Conclusiones.

La primera ficha *(1-Identificación*) contiene los datos esenciales del recurso, más una descripción, mediante palabras clave, de los temas y el público del recurso, así como algun comentario descruptivo sobre la publicación si el analista lo cree conveniente.

La segunda ficha (*2-Análisis*) contiene los resultados del análisis de cada parámetro, acompañados siempre que sea posible por un breve comentario del analista.

La tercer ficha (*3-Conclusiones*) contiene una síntesis valorativa de la publicación, con un apartado de puntos fuertes y débiles, un apartado de recomendaciones, que debería contener indicaciones para cada uno de las parámetros que hayan arrojado puntuaciones bajas o muy bajas, una valoración global en una escala de suficiente a excelente resultado de una síntesis de los apartados de la ficha de Análisis, así como los datos respecto al evaluador y la fecha de realización.

4. **Ejemplos de fichas de identificación y análisis en un caso similar** (no corresponden exactamente los indicadores, se muestran estos modelos solamente a título de ejemplo, en este caso, son las fichas de evalución de recursos didácticos en línea, una derivación del método anterior)

1. Identificación del recurso

Título y URL	
Tema(s) y objetivos del recurso	
Público destinatario	
Autor/Editorial/Fuente	

2.Análisis (se muestran solamente los dos primeros parámetros y sus indicadores, a título de ejemplo)

Parámetro	***Indicador / Observaciones***		***Punt.***
	Micronavegación		
1.Fuente/Autoría	1.1. Autoria		
	1.2. Adecuación		
	1.3. Comunicación		
2. Contenido	2.1. Tema/Público/Objetivos		
	2.2. Interés Intrínseco		
	2.3. Oiginalidad/Oportunidad		
	2.4. Cantidad		
	2.5. Rigor		
	2.6. Edición		
	...		
	(El resto de parámetros e indicadores quedan obviados a efectos de esta ilustración)		
	...		
Puntuación global: (puntuación total/número de parámetros)			
Evaluación realizada por:		**Fecha:**	

3. Conclusiones

Análisis	1. Puntos fuertes: ... 2. Puntos débiles: ... (Se recomienda realizar una enumeración de síntesis de los aspectos más acertados de la publicación y lo mismo de los menos acertados)
Recomendaciones	1. ... 2. ... ... n. ... (Se recomienda enumerar las recomendaciones e indicar al menos una recomendación por cada parámetro con puntuación igual o inferior al 50% de la puntuación teórica total)
Valoración global	Una nota de entre la siguiente escala: Insuficiente, Suficiente, Bien, Notable, Excelente
Fecha evaluación	...
Evaluador	...