

EDUCAÇÃO GRÁFICA

DESIGN E COMUNICAÇÃO VISUAL NO JORNAL DIÁRIO

Marcelo José da Mota¹

Roberto Alcarria do Nascimento²

Resumo

Este artigo de revisão propõe uma reflexão sobre design e as constantes transformações e adaptações sofridas pelos periódicos diários com as reformas gráficas e no sentido morfológico do produto impresso. Hoje o jornal representa um complexo editorial, que através de gerações se fortaleceu como um grande agente cultural, capaz de levar a informação aos leitores de maneira veloz e harmoniosa com o design de página. Uma investigação histórica da revolução gráfica e da convergência tecnológica que marcaram o design e a imprensa brasileira no século XX é importante para o entendimento da evolução do jornal no processo de comunicação contemporâneo. Os apontamentos das condições operacionais e evolução da mídia jornal servirão como bases técnicas para o designer no processo de planejamento e produção gráfica da notícia.

Palavras chave: Design de Página, indústria gráfica, jornal

Abstract

This review article analyzes about consequence on design and the constants transformations and adaptations suffered by the daily periodic with the graphics reforms and in the morphologic direction from the printed product. Nowadays, the newspaper represents an editorial complex which, through generations, has become stronger, as a great cultural agent, able to take information to the readers, in a very fast and harmonious way with the page design. A historical investigation of the graphical revolution and the technological influences which determined the page design and Brazilian press in the 20th century is important for the understanding of the newspaper evolution in the contemporaneous communication process. The results of the

¹ Mestre em Design, UNOESTE – Universidade do Oeste Paulista, Presidente Prudente – SP.

E-mail: motamj@uol.com.br

² Doutor em Educação, UNESP - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Bauru – SP. E-mail: alcarria@faac.unesp.br



operational conditions and media evolution will be used as technical basis for the designer in the planning process and graphical production of the news.

Keywords: Design, graphic arts, newspaper and graphic industry

1. Introdução

A característica relevante do design industrial é o fato de incluir a produção qualquer projeto destinado a uma operação mais complexa, como a criação de um produto, uma marca, uma imagem adequada à funcionalidade e expressão. No design, uma mensagem atribuída ao objeto pode definir seu caráter informativo de acordo com sua complexidade funcional e estrutural. A relação entre arte, configuração e uso do produto conseqüentemente implicará em originalidade, que pode ser chamada de “novidade”, fundamental para apresentar estímulo ao consumo.

O design gráfico propôs à sociedade do século XX novas possibilidades criativas e conceituais e um maior diálogo entre verbal e visual. Desde sua institucionalização como área de conhecimento ele é sujeito e objeto de um discurso que espelha a condição visual humana. Ele produz, contribui e realimenta a cultura no qual está inserido.

O designer é um colaborador para o bom funcionamento da comunicação da notícia, para com a manipulação consciente e objetiva do conteúdo editorial programado e para a aplicação de técnicas informacionais de representação visual disponíveis. Os procedimentos e adaptações determinadas pelo profissional de arte, diante dos novos meios e recursos gráficos da produção industrial do jornal diário, são extremamente importantes para a interface adequada ao usuário e principalmente para a sobrevivência da mídia no mercado editorial.

O aparecimento do design dentro das corporações jornalísticas suscitou um ritmo de desenvolvimento baseado na estruturação dos suportes técnicos e da performance visual, traduzidos no desenvolvimento do periódico, tornando-o um instrumento funcional aos seus princípios e morfologicamente projetado para a notícia. Este estudo manteve-se sob a ótica da evolução histórica do jornal; dos fatores estéticos das vanguardas modernistas na construção plástica da página; e da importância do design no redesenho do produto impresso para uma linguagem contemporânea.

2. Evolução da Imprensa Popular

O jornal diário, idealizado pela sociedade incipiente há 200, foi configurado para a divulgação do ritmo de vida cotidiano urbano e efetivado como mídia de massa nas primeiras décadas do século XX. Nesta ótica, os periódicos são instrumentos que legitimam o dia-a-dia, retratam o verdadeiro conteúdo informacional da coletividade, ou seja, traz o enfoque de diversas áreas de conhecimento, com penetrabilidade e flexibilidade, no fornecimento de informações ao usuário das cidades através da notícia.

A configuração de um jornal impresso tem suas raízes também fixadas na invenção e na evolução da escrita, esta que é relativamente recente se comparada a outros sistemas de codificação e decodificação anteriores à ela. A



escrita é derivada de diferentes regiões do mundo, no desenvolvimento independente de várias formas de representação da fala, em um período de tempo indeterminado. Há milênios, anteriores à era cristã, já havia tecnologia de construção tipográfica empregada na escrita como dos egípcios, com sua escrita pictórica; como da região da mesopotâmia, com a escrita cuneiforme, gravações em forma de cunha em lâminas de barro; como dos chineses, com a escrita de natureza técnica ideográfica e repleta de significados, e como dos maias na península do Iucatão (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993).

O alfabeto grego foi adaptado pelos romanos na Itália devido a necessidades do latim. O conhecimento e a cultura foram rapidamente difundidos pela escrita que com características romanas foi adotada em toda a Europa e em outras regiões do mundo. O marco para a escrita ocidental é a normalização, em 789, que estabeleceu os padrões da escrita conhecido como carolínea, por Carlos Magno, o então primeiro governante do Sacro Romano (NIEMEYER, 2006). Com a escrita inventada, a sociedade passou a ter domínio sobre o tempo como registro e a produzir múltiplas formas de expressar suas ações comunicativas, registradas em documentos com insígnias codificadas e impressas. Ao final da Idade Média, século XV, a escrita já era cotidiana com a produção de livros feitos pelos copistas, assim chamados os monges que desenhavam cada exemplar nos mosteiros da igreja romana. A tecnologia das letras e seu papel como registro contribuiu para a configuração da notícia impressa e conseqüentemente o aparecimento do jornal. A união da imagem com as palavras escritas foi um salto na comunicação.

Nas antigas sociedades, até o século XV, era mais evidente a exploração de imagens e rituais devido aos índices de analfabetismo altos. Neste período o que não podia ser anotado devia ser lembrado, e o que devia ser lembrado devia ser apresentado de maneira fácil de se apreender (BIGGS; BURKE, 2006, p. 19). Com influências passadas da técnica de representação visual, neste mesmo período de transição social os rituais se transformaram em oportunidades para a transmissão de fatos em forma de notícias. O aparecimento do teatro, nos séculos XVI e XVII na Europa, com sua reestruturação ao molde romano antigo e sua caracterização como mídia, tornou-se ainda mais intenso o uso de rituais como mensageiros de informações às populações dos vilarejos ou pequenas cidades. Além do mais, neste período as pessoas acreditavam que os rituais fossem parte de uma celebração divina e que traziam o bem-estar, prosperidade e promoviam mudanças no mundo.

Junto aos rituais, agregados às festas populares, apareciam em grandes quantidades em todas as partes do mundo manuscritos oficiais e não oficiais. Os manuscritos populares era um retrato da difusão dos meios impressos, com o barateamento das tintas e instrumentação gráfica, e expressavam aos leitores os mais diversos assuntos como cartas de amor, divulgação de festas ou assuntos relativos ao círculo social. Os manuscritos oficiais, por exemplo, a Carta Para a Grande Duquesa, de Galileu Galilei que circulou por toda a Europa sob a forma de manuscrito até ser impressa em 1636, os manuscritos discutiam a relação entre ciência e religião (BIGGS; BURKE, 2006). Outra forma de manifestação popular são os manuscritos da sociedade francesa satirizando toda a corte real de Luis XV no início de 1700, já no fim de seu



reinado. Corporações bem organizadas com estrutura de uma editora e logística de distribuição já eram realidade neste período de mudanças. Esses fatores contribuíram para a disseminação do fato em forma de notícia e o jornal foi se revelando articulador de uma nova representação social, do espetáculo diário. A flexibilidade foi se tornando cada vez mais parte da notícia e das publicações e estas efetivas na construção de uma linguagem comunicativa e cada vez mais estreita entre os manuscritos, o material impresso e a padronização gráfica no surgimento dos periódicos.

A notícia é o ponto de partida para o aparecimento da imprensa popular e do jornal impresso. O conceito de opinião pública, visível nos dias atuais e que influencia diretamente na compra e no consumo da informação/produto, teve seu início ao final do século XVIII, quando começaram as primeiras manifestações do jornal moderno e da cultura da representação gráfica. A visualidade dos fatos já era conhecida e antiga, por exemplo, as estátuas dos imperadores romanos que suscitavam a comunicação e a propaganda do líder. Tais estátuas influenciaram a imagem iconográfica de Cristo e a igreja bizantina utilizava o alfabeto para pregar o evangelho junto às imagens cenográficas criadas para ilustrar trechos da bíblia. Outro exemplo são as tapeçarias do Ocidente (Grã-Bretanha) e do Oriente (Pérsia) entre os séculos X e XIV com as ilustrações de fábulas e histórias estampadas com uma narrativa visual. Muitas outras manifestações sociais antigas de caráter informativo e em diferentes partes do mundo influenciaram os procedimentos de produção e leitura contemporâneas da notícia. Os autores Asa Biggs e Peter Burke (2006) relatam tais representações ou manifestações populares como sendo importante para a construção de um universo midiático contemporâneo. De acordo com os autores, os jornais retratam os rituais medievais, os espetáculos em torno de um acontecimento e toda a estrutura cenográfica combinadas para representar a notícia.

O emprego da técnica e de símbolos escritos para a leitura tornou-se generalizado há dois séculos. Acompanhando esse processo, a alfabetização de massa somente ocorreu com a invenção da imprensa ou mesmo quando esta se tornou popular. O início da era da evolução gráfica da comunicação foi a impressão, em 1456 na Alemanha, da Bíblia de Mezarino, por Johann Gutenberg, com a tecnologia dos tipos móveis em prensas primitivas de madeira. A prensa não era novidade para Gutenberg. Como já era utilizada pelos gregos para espremer uvas e outros derivados agrícolas, ele apenas aprimorou-a junto à tecnologia do papel e das tintas criando o tipo móvel fundido e os primeiros meios práticos de impressão. As duas imagens da figura 1 ilustram a evolução da página entre a primeira impressão da bíblia de Gutenberg e após 45 anos com publicações mais legíveis e estruturadas. Neste curto espaço de tempo houve um aperfeiçoamento visual dos tipos de letra e dos meios de impressão, bem como das técnicas e dos processos gráficos.

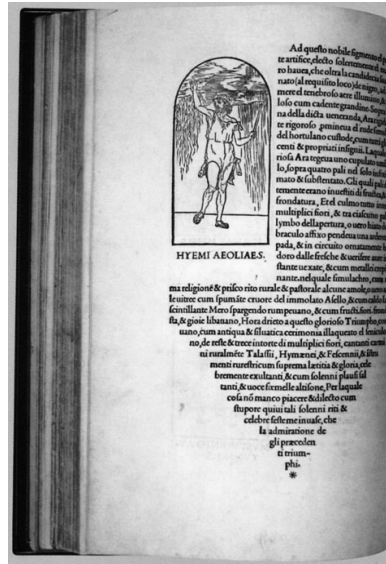
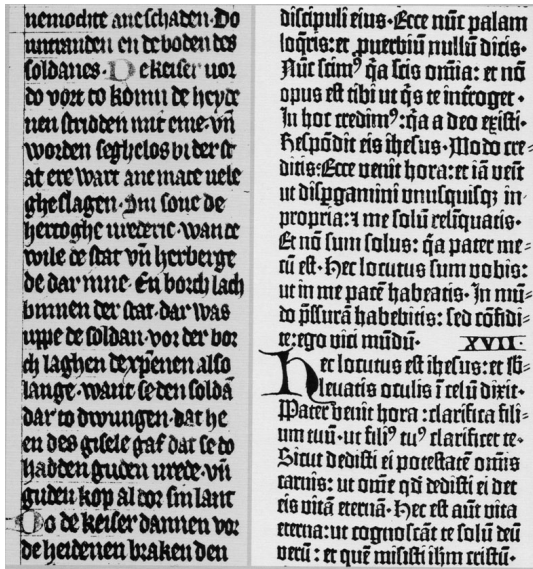


Figura 1: Detalhe da Bíblia de Mezanino impressa por Gutenberg, em 1456, e página do livro Hypnerotomachia Poliphili de Aldus Manutius, impresso em 1500.
Fonte: Jury (2006, p. 34 e 35)

O progresso cultural e urbano proporcionado pela revolução das tecnologias de impressão, com a reprodução de múltiplos exemplares de documentos, periódicos e livros, agregou à educação e à cultura o acúmulo de informações de aprendizagem e ensino, além de registros históricos fundamentais para a evolução científica, filosófica e política da existência humana. Camargo (2003) descreve que a invenção de Gutenberg foi associar e otimizar um conjunto de sistemas, isto é a prensa e os tipos móveis, revolucionando o progresso tecnológico com o acúmulo do conhecimento. De acordo com o autor:

Numa Europa [...] onde a urbanização se acentuava, o sistema produtivo renunciava a transformação das corporações em unidades pré-industriais (das obras únicas à produção em série) e ocorreria uma enorme expansão cultural... a prensa de tipos móveis representou uma revolução. (p. 11).

Um século e meio depois da invenção de Gutenberg, na Inglaterra, a imprensa popular apareceu como forma de produto impresso e com notoriedade social. Os primeiros periódicos impressos eram denominados corantos e noticiavam assuntos políticos publicados regularmente e com tiragens ampliadas pelos tipos móveis. Nascia a imprensa, o jornal como mediador público e a serviço da comunidade urbana, um objeto político no qual simbolicamente representava o indivíduo e sua experiência cotidiana. A imprensa popular seria um objeto de agregação social e de intervenção pública que noticiaria fatos nos países europeus e nos países em desenvolvimento. Devido ao seu conteúdo informacional, o jornal foi estabelecido como o principal referencial político de uma sociedade ocidental em transformação, um instrumento poderoso para classes dominantes como também poderoso para o proletariado alfabetizado.



A configuração urbana foi fortalecida pela comunicação impressa desde que esta se tornou uma parte inseparável e aceita por todas as instituições políticas, econômicas, religiosas, educacionais e familiares da sociedade ocidental. As mudanças causadas pelos processos gráficos e pelo jornal foram inseparáveis da formação do mercantilismo e toda tecnologia empregada em fabricação, transporte, produção de matérias-primas, transações econômicas nos novos mercados explorados que culminariam na Revolução Industrial do século XVIII.

No cenário urbano do século XIX o papel do jornal tornou-se visível e um importante meio para a formação de uma consciência social. A emergência dos jornais diários e sua transformação em um produto multimídia é o resultado da união da representação gráfica e das técnicas de redação edição e publicação editorial. Aliado aos outros meios de comunicação também em emergência como o rádio, o cinema e o telégrafo, bem como a tecnologia da fotografia em cores, o jornal representou um dos principais meios de comunicação baratos, de fácil produção e o objeto da imprensa popular mais difundido no início do século XX. Segundo DeFleur e Ball-Rokeach (1993), o jornal formou-se de uma estrutura institucional já fortalecida pela tecnologia e ciência capaz de exigir do meio impresso elementos de representação popular adequada à sociedade. O jornal se transformou em instâncias entre experiência social, descobertas e noticiário de um mundo urbano para todos os cidadãos e também um importante padrão de organização e estilo de vida que seria um modelo para os outros veículos de massa que viriam posteriormente.

O primeiro veículo verdadeiramente de massa, segundo os autores, foi um jornal de um tostão, *Penny Press*, da cidade de Nova York, em 1830. O jornal de um tostão só foi possível devido aos interesses privados em financiar a nova mídia e o barateamento dos processos de impressão e tecnologia empregados no produto. Sua repercussão mundial não somente influenciou outros veículos de comunicação como acelerou o ritmo das atividades comunicativas do homem enquanto ser social e coletivo. DeFleur e Ball-Rokeach (1993) afirmam que o governo e a autoridade central nos países europeus determinaram a forma do desenvolvimento da imprensa. Esta característica é observada pelos autores concluindo que “quando as pessoas comuns desempenham papéis significativos na determinação de seu próprio destino político, a distribuição de notícias e de opiniões políticas é um processo importante” para a formação da comunicação e para o desenvolvimento tecnológico da indústria gráfica (p. 65-66). Os autores completam que:

“Antes de uma imprensa de verdade poder se desenvolver, era necessária uma série de vastas mudanças sociais na sociedade ocidental. Os papéis políticos em mudança do cidadão comum... também foi notado o crescimento do mercantilismo, que conduziu a padrões novos de estratificação social e ao surto da classe média. A esses pode-se acrescentar o necessário aperfeiçoamento da tecnologia da impressão e do papel, que acelerou seu ritmo com os progressos mecânicos do início da revolução industrial.” (DEFLEUR/BALL-ROKEACH, 1993, p. 67).



Então, com o aparecimento do jornal impresso surgiu também um complexo editorial que até hoje é um grande, se não o maior, detentor e articulador de informações noticiadas em blocos, cadernos, editorias e conteúdo factual apresentados para um público leitor fiel e participativo diariamente. As transformações sociais, os acontecimentos importantes para a história, o dia-a-dia, são retratados pelo jornal a partir de sua concepção. Além de conter material técnico e científico da investigação social o jornal estabeleceu o princípio de liberdade de imprensa, tornando-se uma arena para o debate público, partidário e político. O jornal diário, portanto é um instrumento moderador de uma sociedade e é nele referida toda a estrutura informacional de uma época, desde seu aparecimento.

Ary Moraes (1996) acredita que a característica principal do jornal é sua interface com o leitor, seu modelo de produto editorial que sobrevive até hoje como formador de opinião pública. Para o autor, isto acontece devido ao desenvolvimento visual do periódico, sua dinâmica de abordagem da informação e a confiabilidade do leitor conquistada através dos anos. A notícia dada como informação no jornal, faz parte de um complexo comunicacional que representa e formula o meio ambiente das relações sociais e de convivência. Uma reflexão sobre a importância do jornal diário o coloca como produtor cultural e assume uma identidade social. Esta relação simbólica com seu usuário faz com que o jornal necessite de adaptações constantes para se adequar ao leitor, que por representá-lo, torna-se um veículo moldado pelo seu público, ao mesmo tempo em que o usuário legitima uma identidade imposta na leitura do periódico. Portanto o autor esclarece:

“Vale destacar que os jornais impressos, como qualquer outro produto da cultura dos homens, sempre refletiu o estado das sociedades de onde vieram. Isso fica claro na edição dos assuntos abordados – reflexo da ideologia dominante e dos grupos que a defendem – e no próprio processo de produção dos diários, que destaca o estado tecnológico da sociedade em que foram produzidos.” (MORAES, 1996, p. 81).

Segundo Rodrigues (1993), a origem de grandes centros industriais e o aumento dos centros urbanos culminou em inovações tecnológicas e ideológicas que iriam transformar uma sociedade artesanal e agrícola em uma sociedade urbana romântica e imperativa de consumo. Ainda assim a comunicação não foi reinventada e sim popularizada, segundo o autor, houve uma aproximação do homem com seu habitat e com sua verdadeira existência coletiva. Fatores diversos na sociedade contribuíram para a evolução de um público leitor nas cidades, como o desenvolvimento das áreas de conhecimento e o acesso aos periódicos proporcionado pelas tecnologias da indústria gráfica.

Dentre as mídias de massa existentes está o jornal diário responsável pela formação da imprensa popular e de maior influência sobre a opinião pública. Pode-se considerá-lo como um objeto de produto e de serviço, que por excelência, transmite um universo de informações através de um sistema de códigos e símbolos específicos, determinados na cultura de representação do real da experiência humana cotidiana. A configuração do jornal contribuiu para a linguagem gráfica ser a principal maneira de informar o fato e



comunicar uma ideia apresentada em textos e imagens impressas nas páginas. Com a utilização dos prelos no século XVII, multiplicaram-se a divulgação em meios escritos e gráficos dos fatos em forma de notícia, impressos nas páginas das primeiras manifestações do jornal. Era a grande revolução da comunicação, uma nova maneira de informar o texto jornalístico. Tal configuração necessitava de profissionais e procedimentos, métodos de administração e modelos a serem desenvolvidos, principalmente para o aperfeiçoamento do jornal como produto gráfico e linguagem estética.

3. Design Industrial e Tratamento Estético na Página

A dependência da originalidade, do estímulo visual e plástico é fundamental para apresentar ao consumidor identificação, definição e decisão no ato do consumo das informações. Portanto, pode-se definir um objeto industrial e seu caráter informativo devido ao seu alto grau de complexidade funcional e estrutural. Esta definição da indústria, no início do século XX, já estava entre as atividades ligadas à arte, à comunicação como a imprensa e a atividade gráfica que fomentaram a modernidade e ampliaram espaços para a divulgação de um novo estilo de vida com os novos meios e modelos de consumo. Ao mesmo tempo as atividades industriais e projetuais se tornaram efetivas e quotidianas neste início de século. O aparecimento do off-set aplicado por George Mann, em 1906, permitiu a modernização dos parques e experimentações visuais na página impressa, como a utilização da cor (VILLAS BOAS, 1998). Os artistas, movimentos de vanguarda modernistas, jornais e revistas utilizaram os recursos propiciados pelas tecnologias gráficas e romperam com a tradicional maneira de representação clássica e estética do produto editorial.

Outro fator que contribuiu para a propagação da arte gráfica editorial foi o aparecimento dos manuais de estilo de composição ou catálogos tipográficos que começaram a circular em grande quantidade nos anos de 1890. Geralmente incluíam procedimentos do trabalho, padrões e convenções para a aplicação e composição do texto. A obra inglesa Hart's Rules for Compositions and Readers, da Universidade de Oxford, teve sua primeira edição em 1893 (JURY, 2006) e posteriormente, teve sua edição revisada e ampliada. A importante contribuição de tais edições para a indústria gráfica incipiente foi catalogar e reunir num só volume as experiências tipográficas, as famílias de tipos gráficos além estruturação do texto com normas de diagramação e divisão de colunas na página. Neste final de século também já havia algumas manifestações de editoriais como diferenciações entre título, corpo do texto, emprego de capitular e assinatura na página; além de ilustrações decorativas e laterais funcionais estabelecendo um padrão visual para a página e área de leitura.

No ano de 1898, John Southward's publicou o manual Modern Printing: a Handbook of the Principles and Practice of Typography and Auxiliary Arts. Esta obra influenciou todo o padrão utilizado para a composição editorial como a valorização da imagem para a construção da notícia jornalística. Consequentemente com as publicações de catálogos houve um aumento da disseminação do conhecimento industrial gráfico e as regras estabelecidas para



a redação do texto e manipulação da imagem pela imprensa. Os jornais desta época utilizavam os recursos dos novos modelos de editoração tipográfica e das novas impressoras. O avanço industrial, experiências de composição e tendência para os aspectos visuais do texto permitiram aos periódicos refletirem estilo, arte, qualidade, grafismo e principalmente estabelecerem um alfabetismo visual coletivo dos procedimentos de uso e leitura da informação na página de um jornal. Estabeleceram-se, neste período de novidades tecnológicas, soluções para os problemas de peso e funcionalidade, de equilíbrio e de legibilidade entre forma e conteúdo editorial.

Nos primeiros anos de 1900, as artes gráficas assumem um caráter técnico de origem prático-funcional influenciando alguns grupos criativos e redutos europeus de artistas e arquitetos de vanguarda modernista. Um dos primeiros movimentos surgidos neste período é o Art Nouveau, um estilo que levou a consolidação do design gráfico como diferencial de planejamento, de projeto e fixou a página impressa com a elaboração de formatos de letras e de marcas comerciais. Os artistas gráficos, desta época, tornaram a comunicação visual mais dinâmica com a paginação, layout e a criação de modernos cartazes, bem como a utilização do jornal como veículo informativo para seus experimentos. Segundo Pevsner (1994), estabeleceu-se com o Art Nouveau a transição entre o historicismo clássico do Arts and Crafts e o movimento Moderno, ambos pretendiam renovar o artesanato e as artes decorativas junto ao desenvolvimento tecnológico e gráfico.

Outros movimentos influenciaram o design moderno e a evolução gráfica do jornal como o movimento Cubista, que teve início em 1907, com característica da geometrização das formas para a concepção das obras e uma visão simplista da arte gráfica. Com pouco tempo de existência, caracterizou o design como o principal elemento no processo criativo. O Futurismo, que teve início em 1909, foi um movimento de vanguarda que também influenciou na evolução da página com uma visão mais dinâmica da realidade. Os padrões estabelecidos por estes movimentos ditaram sucessivas técnicas de comunicação visual impressa que, para o público leitor transformaria a página legível e satisfatória no uso de suas informações. O Dadaísmo, de 1912, contribuiu com o design gráfico no uso dos tipos como uma nova experiência visual e cognitiva. Nas décadas de 20 e 30, do mesmo século, o design passou a influenciar positivamente sobre a comunicação e passou para uma posição de destaque na composição gráfica. Os artistas das artes aplicadas, neste período, tiveram suporte de diversas áreas de conhecimento, principalmente na aplicação do projeto gráfico sugeridos por alguns movimentos de vanguardas modernistas como o Surrealismo, Art Decó e De Stijl. Hulburt (2002) descreve esses movimentos como inovadores e contestadores dos movimentos anteriores, de possibilidades criativas derivadas das novas idéias tecnológicas da produção gráfica na página com resistência a simetria e aos ornamentos.

A Bauhaus, fundada por Walter Gropius em 1919, Alemanha, teve profunda influência no design moderno. Foi a escola na qual reuniu diversos teóricos, artistas e arquitetos dedicados a preparar a sociedade para a revolução industrial. Os antecedentes históricos que demarcam a modernidade da Bauhaus derivam da Werkbund e, conseqüentemente, ao Arts and Crafts e ao Art Nouveau de Van de Velde uma vez que esta se formou pela Escola de



Belas Artes e a de Artes Aplicadas, existentes em Weimar (PEVSNER, 1994). A Bauhaus unia o conhecimento científico e técnico com a prática da criatividade.

Gropius introduziu na Bauhaus processos e materiais tecnológicos em oficinas artesanais e teve profunda participação com importantes experiências na tipografia e no design gráfico. A escola é responsável pela institucionalização do design como área de conhecimento e também concretizá-lo como agente transformador social. Entre seus representantes e contribuintes para a escola estão Paul Klee, Wassily Kandinsky, Moholy-Nagy, Josef Albers e Herbert Bayer (DORFLES, 1972). Este grupo trouxe para a paginação e layout diferentes contribuições e importantes mudanças no paradigma do design gráfico. Uma das contribuições da Bauhaus para a construção de tipos foi a eliminação da letra maiúscula, principalmente em títulos. Isto se deve ao fato da criação de tipos mais simples e mais articulados.

A figura 2 ilustra, em uma linha do tempo, os principais movimentos de vanguarda do modernismo que marcaram a história da produção artística, cultural, industrial e gráfica com importantes contribuições para a formação do design como área de conhecimento nos anos de 1900 a 1930.

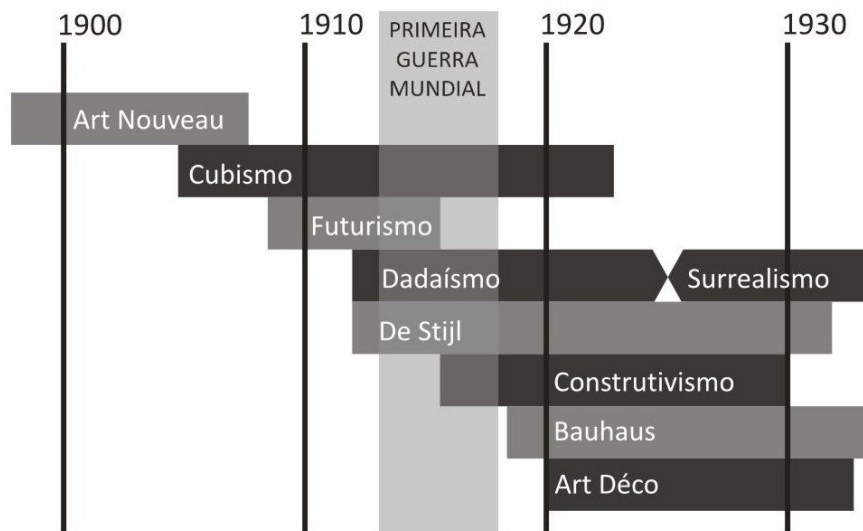


Figura 2: Gráfico ilustrativo dos principais movimentos de vanguarda do modernismo que contribuíram para a formação do design como área de conhecimento. Fonte: Hurlburt (2002, p.45)

A Escola de Ulm, fundada em 1952 na Alemanha, foi uma tentativa de restabelecer os conceitos da Bauhaus e introduziu principalmente o estudo da semiótica, da teoria da comunicação, a ergonomia e a cibernética aplicados ao design. Para o design gráfico, Ulm trouxe novos experimentos com os métodos de impressão, que incluíam a utilização de tintas especiais e efeitos de textura, bem como novas propostas de layout no desenvolvimento do projeto gráfico para o jornal. A Escola foi até o ano de 1968, quando seus alunos e professores influenciaram o design de várias partes do mundo, como nos países americanos com Tomás Moldonado, Max Bill e Gui Bonsipe.

Mais precisamente após a Segunda Guerra Mundial é que o jornal brasileiro tem maior influência na formação intelectual da população e a primeira página passa a ser uma vitrine do conteúdo do periódico com a utilização de fotos e a fragmentação da notícia dividida em blocos. A figura 3 mostra algumas capas de jornais que influenciaram a revolução gráfica dos periódicos nacionais após os anos 50, dentre eles destacavam-se o *Jornal da Tarde* e o *Jornal do Brasil*. Nos anos 60, houve uma aproximação do jornal com a notícia no aumento da utilização da foto, e a primeira página como um resumo do conteúdo interno do jornal, uma técnica utilizada até hoje pelos jornais. O moderno desenho das páginas sugeriu que se dividissem os espaços em módulos métricos para distribuição das matérias e garantisse o processo de leitura da notícia na página. A modulação no desenvolvimento dos periódicos facilitou as soluções de problemas gráficos no layout e a busca do impacto visual.



Figura 3: A renovação gráfica na grande imprensa nacional na década de 60. Nas fotos as primeiras páginas dos jornais Última Hora, Jornal do Brasil e Jornal da Tarde.
Fonte: Camargo (2003, p. 112-113)

As últimas três décadas do século XX foram marcadas por profundas mudanças no processo comunicacional e constantes reformas gráficas nos periódicos. A valorização dos aspectos visuais no jornal se torna evidente e os principais periódicos do mundo se reorganizam em função de um projeto gráfico editorial buscando a melhora na interface da página com o leitor. Segundo Lessa (1995) as vanguardas modernistas construtivas do século XX inspiraram a alocação de uma linguagem abstrata articulada possível através de elementos geométricos simples, cálculos matemáticos e composições estéticas sensoriais homólogas ao design. Neste período de final de século a informatização das redações e o desenvolvimento da tecnologia gráfica permitiram o aumento das possibilidades em utilizar recursos visuais. A valorização gráfica contemporânea de um periódico, ao final do século XX, ofereceu novos caminhos e oportunidades para o design no avanço criativo da produção editorial. O redesenho dos jornais obteve o apoio do design como um



agente multidisciplinar na inteligibilidade da relação comunicativa entre produtor e usuário da notícia.

Esta relação entre arte e informação, a relação que existe entre produto, produtor e usuário leitor da notícia, exige relacionar alguns fatores básicos que contribuem na transmissão dos dados e elementos básicos comunicacionais na página bem como a percepção sensorial do jornal. Para que a comunicação seja estabelecida e o produto editorial seja configurado com qualidade gráfico visual os verbetes editoriais terão de ser manipulados através de processos com base em fatores organizacionais e estruturais que permitam páginas expressivas e agradáveis.

4. Novas Mídias e Novos Cenários

Desde o século XIX, a Revolução Industrial moderna alterou profundamente a organização social como internacional e a centralização de uma esmagadora relação entre os povos e suas culturas, especificamente urbanas, em favor da produção em série de uma nova ideologia comunicacional. Hoje essa comunicação é instantânea, interativa e veste o cidadão de informações visualmente transmitidas e decodificadas por ele, possibilitada pelos novos e incipientes meios digitais de produção e consumo cultural através de dispositivos virtuais.

Segundo Moraes (1999) a definição de design proposta em Veneza, em 1961, pela International Council of Societies of Industrial Design (ICSID) “o design industrial consiste em projetar a forma do produto, isto é, integrar e articular todos os fatores que de um modo ou de outro participam do processo constitutivo da forma do produto. E, mais precisamente, se refere tanto aos fatores relativos ao uso, à fruição e ao consumo individual ou social do produto - fatores funcionais, simbólicos ou culturais - quanto àqueles relativos à sua apropriada produção - fatores técnico-científicos, técnico-construtivos, técnico-distributivos” (MORAES, 1999, p. 85).

Por este ponto de vista, o autor eleva o design como atividade projetual que transforma uma população exigente e qualificada em países via de desenvolvimento. Na verdade design atinge todos os aspectos relacionados ao ambiente humano condicionado pela produção industrial, fornece os subsídios para o desenvolvimento industrial e fomenta bases informacionais relativas ao produto. O Programa Brasileiro de Design – PBD (1995), em uma definição do conceito do design pela Council of Industrial Design – ICSID (1961) afirma design como uma atividade criativa cujo objetivo é determinar as propriedades formais dos objetos produzidos industrialmente. Estas propriedades não devem atender apenas as características exteriores dos produtos, mas as relações estruturais e funcionais que fazem de um ou sistemas de objetos uma unidade coerente do ponto de vista do produtor como do consumidor.

Em outras palavras o design gráfico é sujeito e objeto de um discurso que espelha a condição visual humana. Ele produz, contribui e realimenta a cultura ao qual se está inserida. Villas-Boas completa que:

“Design gráfico, tal como o conhecemos, é uma atividade expressamente comunicacional que nasce da necessidade de,



num ambiente de massas, agregar valores simbólicos a determinados bens, sejam estes concretos ou não.” (2002, p.19)

A característica da contemporaneidade está na variedade de informações e a velocidade da comunicação na qual o leitor está sujeito. Este fato revela a extrema importância da programação visual empregada nas páginas editoriais para que a notícia seja visualmente positiva e objetivamente lida. Mensagens visuais têm uma utilidade estética que, além de ser um equilíbrio entre expressão artística e caráter utilitário, impõem ao designer o grau de objetividade em suas atividades gráficas.

Segundo Dondis (1997, p.131):

Uma mensagem é composta tendo em vista um objetivo: contar, explicar, dirigir, inspirar, afetar. Na busca de qualquer objetivo fazem-se escolhas através das quais se pretende reforçar e intensificar as intenções expressivas, para que se possa deter o controle máximo das respostas.

Ainda segundo a autora, a sintaxe da linguagem visual está em construir um sistema básico em sua aplicação de aprendizagem, identificação, criação e compreensão das mensagens visuais em diversos níveis de utilidade. Seja qual for a substância visual básica, palavra ou símbolo, sua composição é de fundamental valor em termos informacionais. A mensagem e o método de expressá-la dependem da compreensão e da tomada de decisões para proceder e usar as técnicas visuais como instrumentos na composição visual. Deve ser levada em consideração a força maior que possui a linguagem visual e seu caráter imediato como evidência natural. Pois a manipulação das mensagens visuais na página tem um alto grau de implicações interpretativas e as regras são definidas e compartilhadas conscientemente através de uma metodologia que permite ao designer intensificar o significado através da organização do conteúdo informativo. A sintaxe da linguagem visual determina o controle da resposta através de uma metodologia disciplinar na composição e no tratamento gráfico da página. De maneira inteligente e objetiva o designer deve manipular e utilizar os recursos gráficos e expressar, através da técnica, adequadamente a manifestação visual.

A era da informação, assim determinada pelos teóricos, indica a fragmentação e a sobreposição de imagens para os processos de comunicação e design que provoca mudanças significativas no paradigma social. A velocidade e o imediatismo dos novos modelos *informativos*, assim denominados os dados e sinais transmitidos via computador na captação de sinais, tem um efeito na produção e na leitura da notícia. Nas corporações jornalísticas contemporâneas há a constante necessidade de adaptações tecnológica e estética com o uso cada vez mais intenso de um sistema visual pré-determinado e da construção de índices gráficos para facilitar e deixar mais prazerosa a leitura de um periódico (figura 4).



Figura 4: Exemplo de infografia aplicada aos periódicos contemporâneos.
Fonte: Suplemento Folha de S. Paulo de 11 de Maio de 2008.

As inovações tecnológicas convergidas para o universo digital historicamente mudaram os paradigmas das relações humanas e realimentaram a indústria editorial com a otimização dos recursos estruturais, evolução do parque gráfico com máquinas inteligentes e interativas, armazenamento e qualidade gráfica no desenvolvimento do trabalho. Além da interatividade, as novas tecnologias proporcionam a velocidade no transporte e deslocamento, a facilidade na captação da notícia, a integração entre texto e imagens, a amplitude de recursos visuais, a aplicação sintática e semântica de novos elementos e modelos de comunicação. Os processos de produção, distribuição e uso da notícia foram alterados significativamente na digitalização das plataformas de trabalho num processo unificador, em tempo real. Por outro lado, o jornal perde leitores mais jovens devido ao aparecimento da internet e ambientes on-line, o que obriga a equipe de um jornal impresso à adaptação aos novos modelos e a criação de um maior número de imagens a serem processadas nas páginas pelo usuário. Manuel Castells (1999) esclarece:

“[...] o que mudou não foi o tipo de atividades em que a humanidade está envolvida, mas sua capacidade tecnológica de utilizar, como força produtiva direta, aquilo que caracteriza nossa espécie como uma singularidade biológica: nossa capacidade superior de processar símbolos.” (p. 111).

Neste cenário, Rodrigues (1993) explica que redes *telemáticas* são as novas mídias eletrônicas e digitais, objetos que ampliam a capacidade do homem de comunicar-se através de dispositivos informacionais, isto é, uma sociedade interligada e conectada através de meios virtuais. Batista (2002) acrescenta que o papel da inovação tecnológica indica a transição da produção em massa de bens de consumo e de serviços rumo às redes *telemáticas*,



flexíveis e interativas, alterando toda a estrutura de concepção empresarial e relações de trabalho.

Na década de 90, houve a evolução das telecomunicações e nos últimos anos do século XX, as novas tecnologias proporcionaram a otimização dos sistemas on-line e da malha da internet. O autor aponta que o design industrial sofre digressões em países periféricos, isto é, em países em vias de desenvolvimento e sujeito ao domínio cultural, tecnológico e industrial de consumo de países centrais com valores dominantes. Esta problemática pode ser resolvida com o incentivo ao uso do design, como instrumento de busca por uma identidade nacional, busca de valores sociais associados às tecnologias digitais de produção e consumo.

Este fato é confirmado pelo atual cenário do universo editorial. O investimento tecnológico de grandes empresas editoriais e gráficas trava uma disputa desenfreada em busca de novos mercados consumidores. Neste cenário de revolução midiática, somente as empresas que se atualizarem com investimento tecnológico nos parques gráficos, instrumentos de planejamento, estratégias de comunicação e design de página que visam à qualidade do produto e o serviço prestado ao leitor, é que irão sobreviver à mudança e a crise da indústria impressa.

A convergência para a desmaterialidade ou virtualidade do trabalho é observado pelo progressivo desenvolvimento das tecnologias de hardwares e de softwares. Este cenário propõe novos modelos para o sistema produtivo industrial e cultural, e mais ainda para as relações sociais e de consumo. Para o designer, serão novas ferramentas de trabalho e novos fundamentos que estarão relacionados à operacionalidade, acessibilidade e interatividade no uso dos objetos.

Os autores abordados neste trabalho acreditam em uma migração gradual dos formatos e da linguagem jornalística aplicada às mídias. Todos concordam no fator mudança e quebra de paradigmas, bem como no aumento das exigências por parte do público de elementos visuais e de novos suportes tecnológicos.

Benette (2002, p.98) aponta que a mudança parte do processo constitutivo do objeto (jornal diário) e de sua compreensão em relação aos sistemas comunicacionais que passam a ter um papel de vanguarda e de interferir, interagir e propor uma auto-organização social. Para o autor este é um processo dinâmico no diálogo entre produção/produto/leitor com base nos mecanismos já estabelecidos pelo histórico desenvolvimento das áreas de conhecimento co-relacionadas. O objetivo é criar um ambiente dotado de maior informacidade e que proporcione uma relação saudável entre homem e produto editorial.

A imaterialidade abre novos horizontes para a notícia tornando evidente o investimento em suportes inovadores como os ambientes on-line. Desta maneira otimiza-se a distribuição da informação, contribui com a evolução do processo comunicacional e do processo de diminuição do impacto ambiental. O designer pode assegurar que os fatores tangíveis da notícia como seu sistema produtivo e os intangíveis como o sistema de identidade visual e de uso do periódico sejam compreendidos e absorvidos no consumo da informação.



5. Considerações Finais

O design gráfico propôs à sociedade do século XX novas possibilidades criativas e conceituais e um maior diálogo entre o verbal e o visual. A operacionalidade do design fica à cargo de elementos visuais para a inserção em produtos e serviços ou mesmo idéias e padrões de comportamento agregando a estes valores hegemônicos ou não-hegemônicos mediante domínio do código simbólico dos públicos à que se destinam os produtos.

Portanto, é evidente o papel ideológico e de produtor cultural assumido pelo design gráfico, para dar sentido e formar a identidade social, ele legitima e idealiza a contemporaneidade de produção e consumo de informações. De acordo com Villas-Boas (2002, p. 26) a interdisciplinaridade torna possível o manejo de referências teóricas de áreas correlacionadas como a comunicação, a arte, a antropologia, entre outras de maneira orgânica e permitem que o design gráfico seja determinado como disciplina específica além de ser o principal viés metodológico.

O jornal é representado como o principal expoente dos meios de comunicação, enraizado na sociedade como símbolo de informação verdadeira e popularizado com um nível de credibilidade inigualável. A influência do jornal e de outros meios comunicativos de massa nos indivíduos define uma relação de apenas um ideal comum, mesmo estes indivíduos possuindo diferenças culturais, políticas e sociais.

O impacto das descobertas e da mudança no comportamento de todo cidadão urbano do século XXI não coloca em risco e nem ameaça o papel do jornal como veículo informativo. O jornal está remodelado no processo industrial e migrado para os meios virtuais com a mesma estrutura gráfica e disposição visual, respeitando padrões estabelecidos pelo meio impresso. Nos meios digitais de consumo da notícia podem-se propor ao leitor outros recursos como som e movimento. Devem-se buscar unidade, segmentação e sequência lógica na transmissão ou migração desses dados para o virtual. O designer contribuirá com a aplicação correta da tecnologia, da ergonomia e de procedimentos adequados para a modernização e remodelagem do produto jornal.

No jornal diário o design é o diferencial chave para que a notícia seja transmitida dentro de uma ordem visual e estética, ou seja respeitando as imposições industriais referentes ao produto e a percepção do leitor. Os profissionais de arte terão a responsabilidade de transmitir nas páginas do produto gráfico o que foi estabelecido como informação do dia e destacar as notícias mais importantes, separando-as em blocos, colunas e estrategicamente aplicar os recursos gráfico/visuais necessários para a configuração da mídia. É importante para o complexo editorial o jornalista ter conhecimentos referentes aos processos de design, principalmente voltado à visualidade e ao redesenho dos jornais diários. O papel do jornalista e seu relacionamento com a equipe de arte, principalmente com o designer lhe dará o suporte necessário na indicação de uma metodologia visual de procedimentos adequados para transmitir o significado desejado.

Devido a esta complexidade estrutural e organizacional o design de um jornal produz a identidade corporativa do periódico, garante a evolução e a

funcionalidade das informações estrategicamente distribuídas no produto que objetiva a visibilidade das páginas, para então, torná-las plasticamente agradáveis no ato da leitura.

Referências Bibliográficas

BATISTA, Wagner Braga. Desenho Industrial e inovação tecnológica. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN. Anais do Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, P&D Design, 5. ed., 2002. CD-ROM.

BENSE, Max. Pequena Estética. São Paulo: Perspectiva, 1970.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. Uma História social da mídia – de Gutenberg à Internet. Tradução de Maria Carmelita P. Dias. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CAMARGO, Mário de (org.) Gráfica: arte e indústria no Brasil. 2. ed. São Paulo: Bandeirantes Gráfica, 2003.

CASTELLS, M. A sociedade em rede – A Era da Informação: economia, sociedade e cultura. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

DeFLEUR, Melvin; BALL-ROCKEACH, Sandra. Teorias da Comunicação de Massa. Tradução de Octavio Alves Velho. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. Tradução de Jefferson Luiz Camargo. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DORFLES, Gillo. Introdução ao desenho industrial. São Paulo: Edições 70, 1972.

FOLHA de São Paulo, São Paulo, 11 de Maio 2008. Edição nacional, 1-106 p.

FOLHA de São Paulo. Primeira Página. São Paulo: Publifolha, 2006.

HURLBURT, Allen. Layout: O Design da Página Impressa. Tradução de Edmilson O. Conceição e Flávio M. Martins. São Paulo: Nobel, 2002.

JURY, David. What is typography? Switzerland, UK: Rotovision, 2006.

LESSA, Washington Dias. Dois Estudos de Comunicação Visual. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

MORAES, Ary. O redesenho de jornais impressos e seus atores. Estudos em Design, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 81-87, ago. 1996.

MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

NIEMEYER, Lucy. Tipografia: uma apresentação. 4. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2006.

PEVSNER, Nikolaus. Os pioneiros do desenho moderno de William Morris a Walter Gropius. Tradução de João Paulo Monteiro. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Comunicação e Cultura – a experiência cultural na era da informação. Lisboa: Editorial Presença, 1993.

VILLAS-BOAS, André. Utopia e disciplina. Rio de Janeiro: 2 AB, 1998.

VILLAS-BOAS, André. Identidade e cultura. Rio de Janeiro: 2 AB, 2002.