

Design gráfico: participando de uma tese de doutorado

Graphic design: participation in a within a Ph.D. work

Barbosa, Welida; Graduando em Design; Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
welida@aluno.puc-rio.br

Nojima, Vera Lúcia M. Santos; Doutora; Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
nojima@puc-rio.br

Resumo

Este artigo relata a primeira fase de uma pesquisa de iniciação científica vinculada a um trabalho de doutorado. Trata dos efeitos retóricos da mensagem do Design Gráfico nas capas das principais revistas noticiosas brasileiras – Veja, Época e IstoÉ. O objetivo foi estudar a estrutura da composição gráfica, por meio de uma análise comparativa das imagens e assuntos abordados em cada edição.

Com base nos critérios de imagem veiculada com maior frequência durante o ano e de maior relevância no cenário nacional, mostraram-se mais pertinentes para o estudo as capas cuja imagem principal é a do presidente Lula.

Palavras Chave: Design gráfico, revistas, política editorial

Abstract

This paper describes the first phase of a scientific initiation research developed within a Ph.D. work. It is about the rhetoric effects of the Graphic Design Messages veiculated in the brazilian main magazines cover pages - Veja, Isto é, Época. The objective was to study the structure of the graphic composition, using an comparative analysis of the images e subjets discussed at each edition.

Based on the criteria of image conveyed more frequently during the year and greater relevance in the national scene, were more relevant to the study which covers the main image is that of President Lula.

Keywords: Graphic Design, magazines, editorial policy

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

Introdução

Este artigo relata a primeira parte de uma pesquisa de iniciação científica que faz parte dos trabalhos de pesquisa do aluno de doutorado, Licínio de Almeida Júnior, que trata dos efeitos retóricos da mensagem do Design Gráfico nas capas das principais revistas noticiosas brasileiras – Veja (editora Abril), Época (editora Globo) e IstoÉ (editora Três). Além disso, esta pesquisa está vinculada ao Núcleo de Estudos da Semiótica nas Relações Transversais do Design – TRIADES da PUC-Rio.

Tinha por objetivo estudar a estrutura da composição gráfica de capas de revistas noticiosas, por meio de uma análise comparativa das imagens e assuntos abordados em cada edição das revistas Veja, Época e IstoÉ.

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

Toda revista, noticiosa ou não, segue uma linha editorial. Segundo Rabaça e Barbosa,

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

O estudo da linguagem do design gráfico enseja amplificar a verificação do intuito comunicacional das políticas editoriais das revistas, considerando a estrutura visual e, conseqüentemente, o seu apelo persuasivo.

Este artigo explora novos atributos comunicacionais, levantando-se questões como “Pode um texto publicado numa revista noticiosa ser analisado independentemente da imagem, ou pelo menos sua composição gráfica (diagramação)?”. “Numa matéria jornalística, o que tem mais peso semântico o texto ou a imagem?”



Figura 01: Revistas Veja, Época e IstoÉ

Metodologia

O estudo consistiu em três fases em que se estabeleceu a amostra, fez-se uma pesquisa do panorama histórico e uma análise comparativa das imagens e assuntos abordados em cada edição.

Amostra: Estabelecimento da amostra. Digitalização das capas. Levantamento e contagem das edições, total de capas e temas de capa separados por revista (Veja, Época, Isto é). Agrupamento por assunto.

Pesquisa: Notícias veiculados pela mídia no ano de 2006. Estabelecimento de uma linha do tempo com os principais acontecimentos do ano. Correlação entre as capas das revistas e os principais acontecimentos de cada mês.

Identificação do foco de estudo: Comparação entre as capas veiculadas pelas três revistas, checando coincidências de assuntos e ocorrência dos mesmos na mesma semana. Busca pela imagem veiculada em maior frequência durante o ano e de maior relevância no cenário nacional. Escolha da imagem e levantamento de cada uma de suas ocorrências, estabelecendo a conexão entre a capa, o acontecimento da semana/mês e assunto abordado pela revista.

Resultados obtidos

A partir do estabelecimento da amostra (principais revistas noticiosas brasileiras: Veja, Época e IstoÉ, veiculadas no ano 2006), e após a digitalização da mesma, foi encontrado um total de 206 capas englobando as três revistas: Época: 65 capas, IstoÉ : 67 capas , Veja: 70 capas.

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

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

Foi definido o principal acontecimento do ano, as eleições presidenciais, não só pela relevância no contexto nacional, como pela grande veiculação deste fato na mídia e consequentemente nas três revistas.

Dentre todos os assuntos veiculados, os que ocuparam maior parte das matérias de capa foram aqueles que se relacionavam com a figura do presidente Lula. Sua imagem aparece em 25 capas, e é assunto em diversas outras, mesmo que sua imagem não apareça propriamente. Por exemplo: na edição 1958 da revista Veja, publicada em 25/10/2006 com o tema “O guerreiro de Lula”, o assunto é uma referência à figura do presidente, sem necessariamente veicular sua imagem (figura 02).



Figura 02: Revista Veja , Edição 1958 publicada em 25/10/2006

Com base nos critérios de imagem veiculada com maior frequência durante o ano e de maior relevância no cenário nacional, mostraram-se mais pertinentes para o estudo as capas cuja imagem principal é a do presidente Lula (Luís Inácio Lula da Silva). Sendo assim, o assunto “Lula” foi então definido como foco do estudo de caso, e estabelecidas como amostra as vinte e duas capas onde sua imagem aparece.

Ao traçar uma panorâmica da imagem “Lula” nas 25 capas durante o ano, pode-se perceber que a maior ocorrência foi nos meses de setembro, outubro e novembro. Este fato está relacionado às eleições presidenciais que aconteceram no mês de outubro e às conseqüentes campanhas eleitorais. (figura 03)



Figura 03: Exemplo da amostra: Revistas publicadas em Novembro de 2006.

Conclusão

Com esta pesquisa iniciei um primeiro estudo sobre o design gráfico e sua aplicação na construção das capas de revista.

Foi possível um aprofundamento na metodologia de projeto gráfico, bem como a vivência num projeto de pesquisa.

O estudo prossegue em uma nova fase, em que a amostra estabelecida será submetida à uma análise composição gráfica (fotos, ilustrações, cores, texturas, tipografia, etc) e à comparação das linguagens utilizadas em cada capa.

Haverá também um levantamento dos artifícios visuais utilizados pelas linhas editoriais e aplicação de técnicas de leitura e interpretação (recursos semânticos e de sintaxe) das imagens; técnicas de análise da leitura e interpretação (recursos de semântica e de sintaxe).

Finalmente, o material sob apreciação será submetido a técnicas de análise do discurso com o intuito de traduzir uma ideologia, de acordo com o interesse da instituição jornalística.

Bibliografia

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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