

Os meios digitais e a internet reconfiguraram o sistema de mídia, suscitando mudanças no âmbito da comunicação visual que podem ser observadas também nas reformulações gráficas que os jornais impressos vêm implementando nos últimos anos. A pesquisa visa identificar as mudanças nas estratégias visuais adotadas pelos jornais impressos na apresentação das notícias, sistematizando e analisando hibridações entre propostas de design para a web e aquelas consolidadas nos impressos. Tendo como objeto de análise os suplementos da editoria de cultura dos jornais Folha de São Paulo (FSP) e Zero Hora (ZH) – 2009-2010 – visa discutir também como o planejamento gráfico dessas publicações reporta o campo da cultura no contexto em que estão inseridas. A pesquisa bibliográfica constituiu a base da pesquisa. Tendo em vista que projeto gráfico em jornalismo é um tema pouco pesquisado, realizamos a busca e organização de banco de dados de artigos, dissertações e teses que tratam ou tangenciam o assunto. A análise de conteúdo, por sua vez, orienta a avaliação dos suplementos selecionados (mar, jun, set, dez). Elaboramos uma tabela para uma análise inicial quantitativa, focada em três estágios: o caderno como um todo, as páginas individualmente, e cada unidade de texto. Após a avaliação e tabulação desses resultados, será elaborado roteiro para a análise qualitativa de algumas edições exemplares do que foi encontrado. No estágio atual, tendo efetuado uma avaliação-piloto do mês de março de 2009, observamos que nos suplementos de ZH há a falta de um diagrama que organize sistematicamente os elementos do layout, o uso de fotos em detrimento de textos, e muitas indicações para a edição online do jornal. Na FSP há muito uso de fotos acompanhadas de textos longos e mais espaço para diferentes manifestações culturais.