

Entre o pixel e o papel: a comunicação visual nos suplementos culturais de jornais impressos: um estudo sobre os jornais Folha de São Paulo e Zero Hora



Ariel Lara de Oliveira, bolsista CNPQ 2010-2011
Marcel Hartmann, bolsista CNPQ 2011-2012
Ana Gruszynski, professora coordenadora da pesquisa

Equipe
Cida Golin (Professora PPGCOM), Danusa Oliveira (mestranda PPGCOM),
Patrícia Damasceno (mestranda PPGCOM) e Cristiane Lindemann (doutoranda PPGCOM)

Introdução

A pesquisa vem sistematizando, analisando e discutindo como o segmento cultural dos jornais impressos Folha de S. Paulo (FSP) e Zero Hora (ZH) reconfigurou suas estratégias de composição visual diante das inovações desencadeadas, sobretudo, pela presença de edições on-line.

Objetivos

Identificar tendências no planejamento gráfico de jornais impressos brasileiros na contemporaneidade, tendo em vista especialmente o âmbito do segmento de cultura, discutindo como o design das publicações reporta o campo da cultura no contexto em que estão inseridas.

Metodologia

O corpus são as edições de março, junho, setembro e dezembro de 2009 e junho de 2010 dos cadernos *Ilustrada* e *Mais!* (2009) - *Ilustríssima* (2010) da FSP e *Segundo Caderno* e *Cultura* de ZH. Utilizou-se análise de conteúdo e, na fase atual, em que os dados quantitativos estão fechados e as avaliações qualitativas estão em andamento, resultados parciais estão sendo organizados e discutidos pela equipe, tendo em vista a singularidade do design na sua relação com o campo jornalístico, bem como a especificidade do projeto editorial da cada veículo.

Resultados Parciais

A análise quantitativa demonstrou que enquanto a FSP varia o número de páginas de *Ilustrada* em função dos anúncios (de 6 a 16), o *Segundo Caderno* de ZH mantém fixo o conjunto de oito páginas. Considerando a proporção entre as áreas editorial e comercial, o jornal paulista dedica 25% de sua área total à publicidade enquanto que o gaúcho 17% no ano de 2009.

Durante os quatro meses analisados, observamos no *Ilustrada* cinco principais ocorrências em relação aos segmentos culturais: Televisão, Cinema, Música, Literatura e Teatro; enquanto que no *Segundo Caderno* temos: Música, Cinema, Teatro, Literatura e Arte. O espaço distinto dado aos segmentos indica a dinâmica do circuito na sua dimensão local ou nacional, em que determinados setores têm maior prestígio ou relevância econômica do que outros. Esses dados ainda devem ser relativizados em função da organização editorial dos veículos e do próprio espaço físico dos suportes.

No estágio atual é possível perceber que ambos os jornais percorrem as diversas instâncias do sistema cultural, registrando movimentos de criação, difusão, preservação, análise e consumo. Percebe-se a força do cânone com a presença de expoentes do campo e da agenda de eventos, com especial atenção para a significativa publicação de imagens vindas de outras fontes que não as equipes dos jornais. Ao fazer a mediação entre o campo cultural e os leitores, a materialidade gráfica, em seu conjunto, propicia organização e hierarquia aos conteúdos, apontando e demarcando percursos de leitura. Alguns são tortuosos, em função da disputa entre conteúdos editoriais e publicitários, quando o projeto gráfico desvela o jornal como simultaneamente um projeto ideológico e comercial.



Considerações finais

O material avaliado até o momento aponta os dilemas inerentes ao jornalismo e ao campo cultural, evidenciando também características que parecem apontar para a exacerbação de aspectos identificados por Piza (2009) – o excessivo atrelamento à agenda, o tamanho e a qualidade de textos, e a marginalização da crítica – como problemáticos na cobertura cultural. A continuidade da pesquisa pretende dar conta de aprofundar a discussão do que aqui foi apontado, contribuindo especialmente para a compreensão do papel da comunicação visual nesse contexto.

Referência

PIZA, D. *Jornalismo cultural*. São Paulo: Contexto, 2009.

