

**UNIVERSIDADE PAULISTA**

**ESTUDO DO NOVO PROJETO GRÁFICO DO  
JORNAL *FOLHA DE S.PAULO* – MAIO DE 2010**

**RAFAEL ROMERO**

Dissertação apresentada ao Programa de  
Mestrado em Comunicação da  
Universidade Paulista – UNIP para  
obtenção do título de mestre em  
Comunicação.

São Paulo

2012

**UNIVERSIDADE PAULISTA**

**ESTUDO DO NOVO PROJETO GRÁFICO DO  
JORNAL *FOLHA DE S.PAULO* – MAIO DE 2010**

**RAFAEL ROMERO**

Dissertação apresentada ao Programa de  
Mestrado em Comunicação da  
Universidade Paulista – UNIP para  
obtenção do título de mestre em  
Comunicação.

Orientador: Professor Doutor Geraldo  
Carlos do Nascimento

São Paulo

2012

Romero, Rafael.

Estudo do novo projeto gráfico do jornal Folha de S. Paulo- maio de 2010 / Rafael Romero. - São Paulo, 2012.

98 f. : il. color. + CD-ROM.

Dissertação (mestrado), apresentada ao Instituto de Ciências Sociais e Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2012.

Área de concentração: Configuração de Linguagens e Produtos Audiovisuais na Cultura Midiática.

Orientação: Prof. Dr. Geraldo Carlos do Nascimento.

1. Jornalismo. 2. Tecnologia. 3. Reforma gráfica. 4. Folha de S. Paulo. I. Título.

**RAFAEL ROMERO**

**ESTUDO DO NOVO PROJETO GRÁFICO DO JORNAL  
FOLHA DE S.PAULO – MAIO DE 2010**

Dissertação apresentada ao Programa de  
Mestrado em Comunicação da  
Universidade Paulista – UNIP para  
obtenção do título de mestre em  
Comunicação.

Aprovada em:

**BANCA EXAMINADORA**

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Professor Doutor Geraldo Carlos do Nascimento

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Professora Doutora Carla Reis Longhi

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Professora Doutora Egle Muller Spinelli



## **DEDICATÓRIA**

A toda a minha família e amigos pelo apoio incondicional, carinho e compreensão em tantas ausências em reuniões familiares e confraternizações.

Aos meus pais pela educação que me deram.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus pela vida e por ter me ensinado distintas e profundas lições.

Ao querido professor Geraldo Carlos do Nascimento pela paciência comigo e por ter me mostrado o caminho da pesquisa.

A toda a minha família e amigos pelo amor inconcebível.

"O que sabemos é uma gota e o que ignoramos é um oceano".

Isaac Newton

## RESUMO

O presente trabalho estuda a reforma gráfica, de maio de 2010, do jornal impresso *Folha de S.Paulo*. Com a introdução de novos recursos tecnológicos, busca-se o que teria afetado o *layout* (distribuição de elementos do jornal em determinado espaço: textos, gráficos e figuras) em cada uma das reformas gráficas constatadas ao longo da história do jornal (1921 – 2010) com ênfase na última reforma. A pesquisa identificará os principais destaques em cada mudança ocorrida nas diferentes edições e sua repercussão nos procedimentos da Redação da *Folha*, que poderão ser avaliadas a partir do produto final.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Tecnologia; Reforma Gráfica; *Folha de S.Paulo*

## ABSTRACT

This paper studies the graphical reform of the newspaper *Folha de S.Paulo* of May, 2010. With the introduction of new technological resources, seeks what affected the layout (distribution of elements of the newspaper in a given space, such as: text, graphics and figures) in each of the graphic changes observed throughout the history of the newspaper (1921 - 2010) with emphasis on the last reform. The research will identify the main highlights at each change occurred in the different editions and their impact in the proceedings of the *Folha's* Office that can be evaluated from the final product.

**Key-Words:** Journalism; Technology; Graphics Reform; *Folha de S.Paulo*

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2. RETROSPECTIVA DAS REFORMAS GRÁFICAS DA FOLHA DE S.PAULO: MUDANÇAS GRÁFICAS DE 1921 A 2006 .....</b>	<b>16</b>
2.1. O nascimento da Folha de S.Paulo em 1921 .....	16
2.2. Principais mudanças de 1925 .....	17
2.3. Principais mudanças de 1931 .....	18
2.4. Principais mudanças de 1949 .....	19
2.5. Principais mudanças de 1960 .....	22
2.6. Principais mudanças de 1968 .....	23
2.7. Principais mudanças de 1970 .....	24
2.8. Principais mudanças de 1983 .....	26
2.9. Principais mudanças de 1990 .....	32
2.10. Principais mudanças de 1996 .....	36
2.11. Principais mudanças de 2006 .....	40
<b>3. O PROJETO GRÁFICO DE 2010 .....</b>	<b>43</b>
3.1. Linguagem verbal e não verbal .....	47
3.1.1. <i>Tipografia</i> .....	49
3.1.2. <i>Cabeçalho da capa e dos cadernos</i> .....	52
3.1.3. <i>Mudanças nos cadernos e editorias</i> .....	55
3.2. Elementos de diagramação .....	59
3.3. Interação .....	63
<b>4. MANUAIS DE REDAÇÃO DA FOLHA DE S.PAULO .....</b>	<b>67</b>
4.1. Primeiro Manual Geral da Redação, 1984 .....	67
4.2. Segundo Manual Geral da Redação, 1987 .....	70
4.3. Terceiro Manual Geral da Redação, 1992 .....	74
4.4. Quarto Manual Geral da Redação, 2001 .....	79
<b>5. INFLUÊNCIAS DO ON-LINE E OFF-LINE: TENDÊNCIAS DO JORNALISMO IMPRESSO .....</b>	<b>84</b>

<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>92</b>
<b>7. REFERÊNCIAS .....</b>	<b>96</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Fundado em 1921, o jornal *Folha de S.Paulo* tornou-se, a partir da década de 80, um dos principais jornais do país, e continuou a manter esse patamar até o ano de 2010, segundo dados do IVC – Instituto Verificador de Circulação, período em que se encerraram nossos estudos.

Em 23 de maio de 2010, o jornal realizou uma reforma gráfica e editorial, caracterizando, além do visual do jornal, a inserção de novos cadernos e novos profissionais.

Pretende-se com este trabalho analisar o novo projeto gráfico, verificando as reformulações visuais impostas pela equipe gráfica, sem deixar de citar as mudanças editoriais.

Para composição da presente pesquisa, desenvolveu-se, em primeiro plano, o levantamento das principais mudanças gráficas desde 1921 e buscou-se a literatura para elucidar a temática, para em seguida apresentar discussão sobre as mencionadas mudanças. Os itens serão analisados em consonância com a reforma gráfica do mencionado jornal.

O objetivo específico do trabalho é identificar mudanças significativas do jornal *Folha de S.Paulo* com vistas a alterações no *layout* e nos procedimentos jornalísticos que se deram a partir delas, particularmente na reforma de 2010. Elencamos ainda dados relevantes do histórico do jornal desde sua fundação, abordando mudanças gráficas relevantes e procedimentos jornalísticos impostos por avanços tecnológicos e sociais; indicamos as principais mudanças gráficas das reformas de 1921, 1925, 1931, 1949, 1960, 1968, 1970, 1983, 1990, 1996 e 2006; analisamos o mais recente projeto gráfico, publicado no dia 23 de maio de 2010, debatendo condições de legibilidade das páginas do jornal (área de mancha, colunas, corpo, fios, espaço em branco e uso de cores); discutimos os quatro Manuais de Redação da Folha, lançados em 1984, 1987, 1992 e 2001, reeditado em 2006, que, segundo o próprio jornal, representam parte fundamental na história da instituição; indicamos influências do *on-line* no *off-line* (jornal impresso e digital) e debatemos tendências do jornalismo impresso.



Segundo o site *folha.com*, do ponto de vista editorial a opinião recebe destaque expressivo. As matérias assinadas e as colunas aparecerão com maior frequência. A *Folha Online* (versão digitalizada do jornal impresso) torna-se disponível para os assinantes do jornal, sendo unificadas as redações do impresso e *on-line*.

De acordo com o suplemento da *Folha* que acompanha a edição de lançamento do novo projeto gráfico, intitulado "Novíssima", os objetivos da reforma eram: 1) aumentar a legibilidade de textos e de infografias; 2) aperfeiçoar a organização dos elementos que integram uma página, hierarquizando melhor o noticiário (estratégias da diagramação); 3) reforçar a unidade entre cadernos e páginas de modo que a identidade do jornal prevaleça. A promessa dessa mudança era ter um jornal mais sintético na sua forma e mais analítico e interpretativo no conteúdo.

Mostraremos no capítulo 3 como e a partir de quais instrumentos e procedimentos foram viabilizadas essas propostas apresentadas na reforma de maio de 2010.

Eliana Stephan foi responsável pelo novo projeto gráfico, desenvolvido desde setembro de 2009. Editora de arte com grande experiência, ela trabalhou em conjunto com toda a editoria de arte da *Folha*. Havia respondido por essa editoria de 1990 a 1996, fase em que o jornal passou a ser totalmente editado em cores.

A contribuição deste trabalho consiste na reflexão sobre o futuro dos jornais impressos. O estudo é voltado para o público acadêmico que deseja explorar o destino das mídias impressas, interagir com novas tendências do jornalismo, e pretende contribuir com novas pesquisas sobre o tema.

As análises feitas tentam aproximar teoria e prática, a fim de elucidar a problematização da confecção das peças gráficas do jornal *Folha de S.Paulo* em suas notórias mudanças. Acreditamos ainda que o trabalho colabore como fonte bibliográfica para pesquisadores envolvidos com a produção de novas mídias, *on-line* ou *off-line*.

A escolha do jornal *Folha de S.Paulo* como *corpus* de análise desta pesquisa se justifica, por um lado, por ser o maior jornal diário de circulação no Brasil, segundo dados do IVC, sendo, portanto, um dos veículos de comunicação mais influentes do país; e porque o jornal refletiu e documentou as mudanças por meio dos Manuais de Redação e as divulgou em *sites*, como o *www.folha.com*.

Fundada em 1921, a *Folha de S.Paulo* completou, em 2011, noventa anos de história, com um acervo de quase 2 milhões de páginas publicadas, segundo o site *folha.com*. A *Folha* noticiou os principais acontecimentos do Brasil e do mundo nas mais diferentes áreas, nas quais se destacam eleições presidenciais e guerras, por exemplo.

A *Folha*, ao longo de sua história, sofreu várias e significativas mudanças de ordem editorial, reformas gráficas e alterações na forma de produção e distribuição, além da introdução de colunistas no Brasil e exterior e criação de cadernos e suplementos. Em nossa análise, pretendemos destacar as principais alterações.

Acreditamos que este estudo é relevante diante das constantes e rápidas mudanças ideológicas e tecnológicas pelas quais passou a sociedade do último século ao início deste. Reconhecemos, no entanto, que este trabalho é apenas um pequeno passo, de grande valor para a carreira acadêmica do autor e, provavelmente, contribuirá como mais uma fonte de pesquisa para os que se debruçam sobre o assunto.

O trabalho está dividido em seis capítulos: Introdução, à qual se segue a retrospectiva das reformas gráficas de 1921, 1925, 1931, 1949, 1960, 1968, 1970, 1983, 1990, 1996 e 2006, datas constantes do suplemento "Novíssima", publicado na edição de 23 de maio de 2010, e que acompanhava o caderno especial do novo projeto gráfico. O "Novíssima" possuía formato *standard* e contava com 12 páginas, que descreviam as mudanças do jornal e mostrava aos leitores, por meio de ilustrações, recortes gráficos e infográficos, onde, como e por que aconteciam as mudanças.

O estudo aborda as diferentes fases do jornal: tipos móveis; linotipo; introdução de imagens; novas tipologias; impressão *off-set*; emprego de fotocomposição; processo de informatização; criação do sistema de cadernos

alfanuméricos; modulação do jornal para facilitar a diagramação; instalação de paginadoras *Harris* na redação; novo parque gráfico; projetos gráficos mais recentes e lançamento da *Folha Digital* – versão digitalizada do jornal.

O capítulo 3 dedica-se especificamente ao projeto gráfico lançado em maio de 2010. São analisados os elementos de diagramação, tipologia, cores e fotografias, levando em consideração o eixo da linguagem verbal e não verbal. Em seguida, mostramos como a *Folha* trabalha nessa fase o eixo da interação comunicacional por meio de seu *site* e da versão digitalizada do jornal. Por fim, discutimos o uso dos infográficos como ferramenta de comunicação. A reforma da *Folha* acarretou mudanças significativas, que incidiram em todo o visual do jornal, inserção de cadernos, escolha de nova tipologia, com introdução de famílias de tipos especialmente criadas para o jornal.

A interação com o leitor foi reforçada por meio da introdução de uma página no *site* da *Folha* exclusiva para o leitor se manifestar. O acesso se dá por meio do endereço [www.fale.folha.com.br](http://www.fale.folha.com.br).

No capítulo 4 analisamos os *Manuais de Redação da Folha*. Segundo o jornal, os Manuais representam parte fundamental da história da instituição. Sem dúvida, traduzem e acompanham as mudanças gráficas, refletindo o pensamento editorial do jornal. Os manuais registram aspectos da política editorial até detalhes da produção gráfica. Indicam procedimentos e reúnem saberes da empresa sobre como se faz jornalismo na *Folha*. O capítulo 4 analisa como são divididos e abordados os distintos temas.

Segundo o *site folha.com*, o texto dos manuais não se limita a impor regras gramaticais e padronizar a linguagem. Dá ao jornalista noções de produção gráfica, define conceitos e serve como base para discussões no dia a dia da Redação.

De acordo com Silva (2011):

Esse efeito (...) de objetividade é parte constitutiva do funcionamento das Instituições Jornalísticas. É esse funcionamento que permite o *Grupo Folha* sustentar, em seu projeto editorial, a produção de “um jornalismo crítico, apartidário e pluralista”, articulado diretamente à necessidade de um manual. Um manual que conduza o profissional de jornalismo, qualquer que seja ele, a configurar-se por uma linguagem/língua que permita essa

produção. É nesse sentido que os Manuais da *Folha de S.Paulo*, em suas diversas edições, respondem a uma demanda de um jornalismo em que o jornalista seja o mais objetivo possível, de modo a relatar um fato com fidelidade, reproduzindo a forma, as circunstâncias e as repercussões, encarando o fato com distanciamento e frieza, procurando “realizar um acordo sobre questões de normatização/padronização (...) [para] o trabalho de publicação dos textos” (SILVA, 2001, p. 276).

O capítulo 5 trata das influências do *On-line* e *Off-line*: Tendências do jornalismo impresso. São analisadas no último capítulo algumas propostas e dados de como foi contemplada a plataforma *on-line* no novo projeto gráfico. Deseja-se mostrar que a passagem do modo *off-line* para o *on-line* permitiu maior interação com o público, possibilitou um *feedback* mais rápido com os leitores, e constatou que essa forma de produzir jornalismo *on-line* é uma tendência. A intenção foi proporcionar visão geral sobre o referido tema e sua posição no contexto atual do referido jornal. Abordamos a virtualização da comunicação, a mídia web e o jornalismo de impressão, web jornalismo, sites e blogs de jornais.

No livro *Jornalismo Digital*, Pollyana Ferrari interpreta o termo *on-line* – como “estar em linha”, ou “estar ligado à rede” ou “a outro computador”, e *off-line*, “usado para dizer que o usuário não está conectado à internet”.

A pesquisa foi desenvolvida pelos estudos da linguagem verbal e não verbal com base nos autores Diana Luz Pessoa de Barros - **Teoria semiótica do texto**; João Batista Freitas Cardoso - **Olhares semióticos sobre a comunicação visual**; Donis A. Dondis - **A sintaxe da linguagem visual**; Maria da Conceição Fonseca Silva e Jorge Viana Santos - **Notícia de jornal impresso e a relação entre a linguagem verbal e não verbal**; Martine Joly - **Introdução à análise da imagem**.

No que se refere aos elementos de diagramação e jornalismo foram utilizados os autores Alzira Alves de Abreu - **A modernização da imprensa: (1970-2000)**; Luiz Amaral - **Técnica de jornal e periódico**; Pollyana Ferrari - **Jornalismo Digital**; José Luiz Fiorin - **Elementos de análise do discurso**; Cleonice Men da Silva Ramos - **Publicidade em revista do mundo dos negócios: o entrelaçamento teórico nas produções argumentativas**. Abordagens metodológicas em estudos discursivos; José Manuel de Pablos - **Infoperiodismo: el periodista como creador de infografía**; Milton Ribeiro - **Planejamento visual gráfico**; Lucia Santaella - **Antecedentes da Alinearidade hipermidiática nas mídias mosaíquicas**. In: BRASIL, André et al.

(Orgs.) Cultura em fluxo: novas mediações em rede e **Corpo e Comunicação**; T. D. Silva - Os Manuais da Imprensa no Brasil: da Redação à Circulação Pública. In: ORLANDI, E. P. (org.) - **História das Ideias Linguísticas: construção do saber metalinguístico e constituição da língua nacional**; Danielle de Almeida Pacheco Thomaz e Luiz Carlos Paschoarelli - **Características da interface dos sites de notícias: um estudo do design e da usabilidade de jornais impressos e eletrônicos**; Ana Paula Machado Velho - **Jornalismo hipermídia: desenhando a notícia científica na web**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) apresentada à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

Por fim, a interação comunicacional foi analisada com o auxílio dos seguintes autores: Ana Paula Monteiro da Rocha S. Gonçalves - **A interação comunicacional**. Actas do X Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia. Braga: Universidade do Minho, 2009; Telma Sueli Pinto Johnson - **De quem é a língua? Interações comunicativas e conflitos linguísticos na Wikipédia Lusófona**. In MARTINS, Moisés de Lemos; 2007; Alex Primo - **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**.

Foi utilizado ainda como fonte de pesquisa de alguns tópicos o site da *Folha de S.Paulo* – [www.folha.com](http://www.folha.com). Visitamos o Banco de Dados da *Folha*, situado à Alameda Barão Limeira, 425 – São Paulo, , na quinta-feira, 11 de março de 2010, e na sexta-feira, 28 de outubro de 2011.

## 2. RETROSPECTIVA DAS REFORMAS GRÁFICAS DA FOLHA DE S.PAULO: MUDANÇAS GRÁFICAS DE 1921 A 2006

### 2.1. O nascimento da Folha de S.Paulo em 1921

No ano de 1921, a *Folha de S.Paulo* é fundada. Teve como primeiro nome *Folha da Noite*, criado por Olival Costa e Pedro Cunha. Nessa época a impressão do jornal era feita na gráfica do jornal “O Estado de S.Paulo”, na rua 25 de Março, Centro da cidade de São Paulo.

Conforme (*figura 1*) a *Folha da Noite* era diagramada em seis colunas e sem qualquer tipo de imagem ou arte mais elaborada. A única ilustração que chamou a atenção é o logotipo do jornal em destaque no cabeçalho.

**Figura 1** - Capa Folha da Noite de 1921



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

Na década de 1920, o sistema de composição era manual, cada texto composto letra por letra, até se obter uma matriz em alto-relevo, que servia para a produção de todos os exemplares do jornal. (*figura 2*)

**Figura 2 - Montagem dos tipos móveis**



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Nas quatro primeiras décadas do século 20, o jornal era produzido por meio de tipos móveis, ou seja, como técnica de ourives. Os tipos eram entalhados em alto-relevo no tamanho em que seriam usados.

As letras fontes eram produzidas uma a uma em diferentes tamanhos. A partir da produção dessas peças era obtida a matriz de cada letra. Essa matriz era levada à fundição onde o tipo móvel era produzido a partir dela.

## 2.2. Principais mudanças de 1925

Em 1925, a *Folha da Noite* passa a se chamar *Folha da Manhã*. Nesse ano a Folha adquiriu a primeira impressora rotativa alemã da marca *Koenig Bauer*. Notamos na *figura 3* que o jornal já apresenta ilustrações na capa e ainda é diagramado em seis colunas. O logotipo do jornal, *Folha da Manhã* no cabeçalho, acompanha a mesma tipologia da antiga *Folha da Noite*.

**Figura 3 - Capa *Folha da Noite* de 1925**



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

A *Folha* passa a ter duas publicações, a *Folha da Manhã* e a *Folha da Noite*, porém a tipologia do logotipo da *Folha da Noite* sofre mudança significativa, conforme se observa na *figura 4*. O jornal tem fotografias de destaques das matérias e as ilustrações são utilizadas.

### 2.3. Principais mudanças de 1931

Octaviano Alves Lima compra o jornal em 1931 e faz a tiragem dos dois jornais aumentar de 15 mil para 80 mil exemplares diariamente.

**Figura 4** - Capa *Folha da Noite* de 1931



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Na década de 1940, sob a direção de José Nabantino Ramos, a *Folha* tem uma rotativa da marca norte-americana Goss (*figura 5*), e sua impressão, antes feita na rua do Carmo, muda-se para a rua Anhangabaú. No mês de julho de 1949, a *Folha* lança o jornal *Folha da Tarde*. No mesmo ano, a administração, publicidade e composição mudam-se da rua do Carmo para um prédio na Alameda Cleveland.



**Figura 5 – Rotativa Goss**



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

## **2.4. Principais mudanças de 1949**

A partir do fim da década de 1940, o jornal utiliza o linotipo, técnica de impressão que permitia a um só operador fazer o serviço equivalente a sete ou oito compositores manuais, dando mais rapidez ao processo. Na *figura 6*, linotipistas trabalham na gráfica da rua do Carmo (centro de São Paulo), onde as Folhas eram produzidas.

**Figura 6 – Visão panorâmica dos linotipistas**

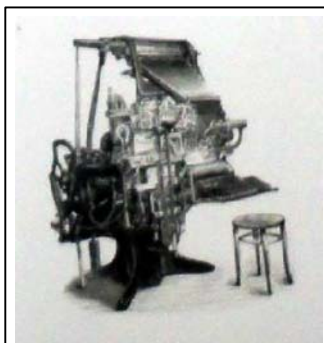


**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

O linotipo (*figura 7*) era uma máquina de composição (com teclado semelhante ao da máquina de escrever) e ao mesmo tempo de fundição das letras –

daí o termo “composição a quente”.

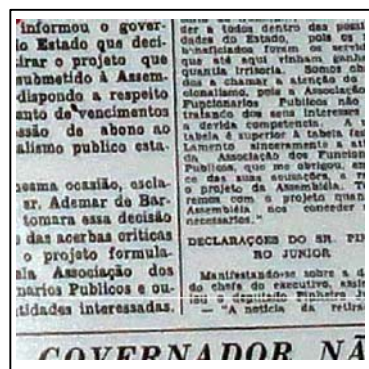
**Figura 7 – Linotipo**



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

O tipógrafo compunha os textos linha a linha, não mais letra a letra. A partir da matriz fundiam-se linhas inteiras do texto. O jornal apresentava grande variação tipográfica (fontes com e sem serifa, misturadas). Em consequência das condições técnicas da época, a entrelinha e o corpo do texto variavam constantemente, como mostra a *figura 8*.

**Figura 8 – Jornal *Folha da Tarde*, década de 1940**



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

O espaço entre colunas era mínimo, com muitos fios, para não misturar os textos (*figura 9*).

**Figura 9** – Jornal *Folha da Tarde*, década de 1940



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

No final da década de 1940, o jornal era dividido em oito colunas. O uso de quadros, fotos e ilustrações era escasso. Não existia o conceito de “chamada de capa”: as reportagens começavam já na primeira página (*figura 10*).

**Figura 10** - Capa da *Folha da Noite* de 1949



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Na década de 1950, a impressão da *Folha da Manhã*, *Folha da Tarde* e *Folha da Noite* é nas Alamedas Barão de Campinas e Barão de Limeira. Em 1953, o edifício da Alameda Barão de Limeira comporta todas as instalações do jornal, e em 1958 a *Folha* lança o suplemento intitulado “Ilustrada”, que noticiava os principais assuntos culturais.

Segundo Alzira Alves Abreu,

A década de 1950 assistiu também ao lançamento de jornais que foram precursores da modernização do jornalismo brasileiro, e a reformas de outros que atuavam desde o início da República e então ganharam novo fôlego. A *Última Hora*, criada em 1951, com financiamento do governo, foi um dos jornais mais inovadores do período, ao adotar técnicas de comunicação de massa até então desconhecidas no Brasil, uma diagramação revolucionária e grande racionalidade na gestão empresarial. O *Diário Carioca*, jornal mais antigo, que mantinha um grupo de jornalistas altamente qualificado, foi igualmente inovador ao introduzir em 1961 o uso do *lead* – o parágrafo inicial da notícia, onde devem estar respondidas as questões quem? o quê? onde? quando? como? por quê?. Foi ainda o *Diário Carioca* o primeiro a empregar uma equipe de copidesque em sua redação, desempenhando um papel de formador de novos quadros para a imprensa. (Abreu, 2002)

## 2.5. Principais mudanças de 1960

No ano de 1960 ocorre a fusão das três *Folhas (da Manhã, da Tarde e da Noite)*. Surge a *Folha de S.Paulo*. Em 1962, o jornal é comprado pelos empresários Octávio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho. Nessa época os títulos passam a seguir um padrão de estilo tipográfico, toda a manchete em letras maiúsculas, e os demais títulos da página em minúsculas. Cresce o uso de fotografias, com imagens maiores e mais destacadas. Começam a aparecer pequenas chamadas de capa, e o espaço entre as colunas é maior, o que torna a página mais leve e legível (*figura 11*).

**Figura 11** - Capa *Folha de S.Paulo*, década de 1960



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Em 1967, o jornal *Folha da Tarde* volta a ser impresso, e nessa fase a *Folha* inicia um processo de revolução tecnológica e modernização de seu parque gráfico.

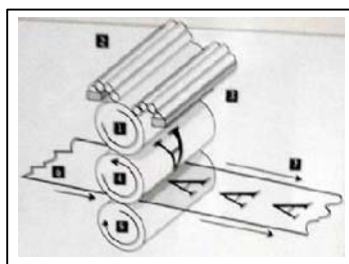
## 2.6. Principais mudanças de 1968

No fim dos anos 60 (1968), a *Folha* adotou o sistema de impressão *offset*, que permitia a impressão em larga tiragem, utilizada pela primeira vez no Brasil. Impressoras norte-americanas da marca *Goss Urbanite*, com capacidade, cada uma, de impressão de até 45 mil jornais por hora, foram adquiridas.

Os títulos continuam seguindo um padrão tipográfico – agora com nova fonte, *News Gothic* – e o jornal mantém as manchetes em maiúsculas.

Graças à maior qualidade propiciada pela impressão *offset*, o jornal utiliza maior número de gráficos em variados tons de cinza. Os blocos de chamadas ficam alinhados. A primeira página é feita em quatro colunas, com bastante espaço branco (área de respiro) entre os textos. Veja no gráfico abaixo como funciona a impressão *offset*.

**Figura 12** – Método de impressão *offset*



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

- 1) Cilindro da matriz;
- 2) Rolos molhadores;
- 3) Rolos entintadores;
- 4) Cilindro de transferência;
- 5) Cilindro contrapressão;
- 6) Entrada do papel;
- 7) Saída do papel.

O *offset* nasceu a partir da litografia. A matriz da impressora não tinha relevância em contato direto com o papel, o que permitia maior velocidade e resolução. O tempo necessário para a impressão do jornal diminuiu e sua qualidade gráfica ficou maior.

Depois da invenção da linotipo e da monotipo, era pouco provável que se pudesse inventar um sistema mais rápido e mais perfeito de composição. Mas com o desenvolvimento da impressão *offset*, que utiliza filmes fotográficos e chapas metálicas nas quais se copiam os textos e as imagens do filme, se começou a trabalhar na fabricação de uma máquina de compor que em lugar de produzir linhas de texto sobre o metal, compunha linhas de texto em filme: "O processo da fotocomposição". (RIBEIRO, 1998, p. 91)

## 2.7. Principais mudanças de 1970

Em 1971 o jornal (*figura 13*) utiliza a fotocomposição e abandona em definitivo a composição a chumbo. Conforme dados da *Folha*, é o primeiro, no Brasil, a utilizar o sistema eletrônico.

Em meados de 1971, a *Folha* é impressa na máquina *Gross Metro-offset*, novidade nos Estados Unidos. Essa máquina de impressão era a segunda maior do mundo, ficando para trás apenas pelo equipamento de um jornal da Irlanda intitulado *Daily Mirror*, segundo a *Folha*. Ainda nessa década, mais precisamente em 1973, a *Folha* cria seu Banco de Dados, que compreende textos, fotos, livros e jornais.

É sabido que entre 1967 e 1973 ocorreu um forte crescimento econômico no país. Assistiu-se a um processo de verticalização da indústria e a um aumento considerável da produção de bens duráveis. Foi o período do chamado "milagre econômico", quando o PIB cresceu a uma média de 10% ao ano, e a inflação, sob controle, oscilou em torno de 20% ao ano. O modelo de desenvolvimento adotado permitiu importantes investimentos nas empresas estatais, em especial as de petróleo, produtos petroquímicos, aço, energia e comunicação. (Abreu, 2002)

**Figura 13** - Capa *Folha de S.Paulo*, década de 70



Fonte: Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

A figura 14 mostra o local onde os profissionais faziam a montagem das páginas: o encontro manual de texto, foto e ilustração. Hoje (2010), a produção digital é denominada "diagramação".

**Figura 14** – Profissionais fazem a montagem das páginas do jornal, década de 1970



Fonte: Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Os tipos com serifa, da família Bodoni, voltam a ser utilizados nos títulos, com variações em itálico e redondo (figura 15).

**Figura 15** – Capa *Folha de S.Paulo*, década de 70

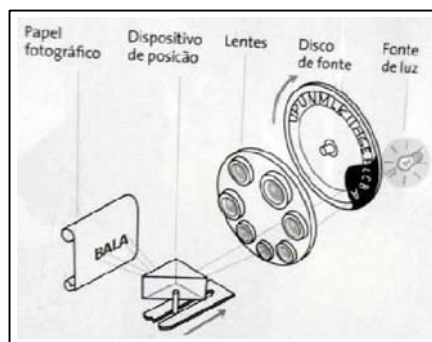


Fonte: Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

A diagramação fica mais horizontal, com uso de caixas. O uso da fotocomposição permite criar novos formatos de texto, mantendo a padronização do estilo tipográfico. As colunas variam bastante de largura (*figura 15*).

Veja como funciona a fotocomposição:

**Figura 16 – Fotocomposição**



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

A composição dos textos é fotográfica. A luz passa pelo disco de fonte, que projeta a letra no papel fotográfico (que servirá de base para a impressão) por um sistema de lentes ópticas. O sistema permitiu reduzir mais o tempo necessário para imprimir o jornal (*figura 16*).

Segundo Abreu,

“[...] com a difusão da informática a partir dos anos 80, com as novas possibilidades de impressões de registro audiovisual, ocorreram em escala mundial e afetaram a coleta de informações, a produção da notícia e sua distribuição.” (ABREU, 2002)

## **2.8. Principais mudanças de 1983**

Em 1983, na *Folha* há o processo de informatização, quando ocorre a instalação dos primeiros terminais de computadores. O jornal tem sua redação informatizada.



Os tipos da família *Bodoni* continuam a ser utilizados nos títulos, com variações entre itálico e redondo (*figura 17*). Agora, cada uma das páginas tem seis colunas. A informatização da redação permitiu a edição mais rápida e com menos erro de composição.

**Figura 17** - Capa *Folha de S.Paulo*, 1983



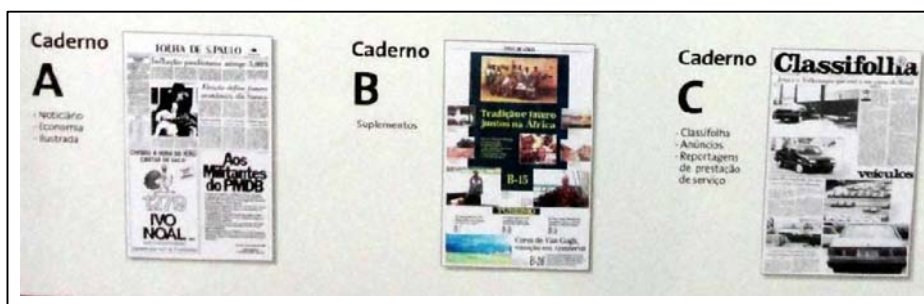
**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Em 1984, a *Folha* publica seu primeiro *Manual de Redação*. No capítulo 4 deste trabalho abordaremos temas e informações presentes nas quatro distintas edições do *Manual*.

Durante esses anos de alta inflacionária [mais precisamente, entre 1985 e 1994], a cada novo plano econômico lançado era introduzida uma nova moeda e se alterava a vida do cidadão, que se via obrigado a entender novas regras de cálculo para o ajuste salarial, o pagamento de aluguéis, prestações etc. Muitas vezes tornava-se difícil compreender a aplicação dessas novas regras, e as informações divulgadas pelo governo não eram assimiladas por todas as camadas da população. Nas redações dos jornais, cabia aos jornalistas da área econômica explicar ao público leitor como agir com relação às conversões exigidas pela nova moeda e como se adaptar às regras que cada plano introduzia. As redações dos jornais tiveram que se organizar para responder aos questionamentos, às dúvidas de seus leitores, e para traduzir uma linguagem muitas vezes hermética dos conceitos econômicos para o leitor não especializado, mas que era afetado por todas essas decisões (Abreu, 2002).

Em meados de 1986 a *Folha* começa a usar o sistema de cadernos alfanuméricos, utilizados até hoje, para o leitor localizar, dentro do jornal, os assuntos que mais interessam a ele (*figura 18*).

**Figura 18** – Montagem que mostra a divisão dos cadernos



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

O jornal mantém o uso de tipos da família *Bodoni* nos títulos e suas variações. Os logotipos dos cadernos ganham nova fonte (*Clarendon*) (*figura 19*).

**Figura 19** – Montagem que mostra as duas fontes utilizadas pela *Folha*



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

Segue página do jornal de 1986 (*figura 20*) do Caderno "Ilustrada". Nesse ano o jornal mostra um tipo de diagramação mais "livre", com fotos grandes e áreas em branco de respiro de leitura. Outro ponto é o logotipo do caderno não estar no topo da página, reforçando a ideia de liberdade na diagramação das páginas.

**Figura 20** – Capa do Caderno “Ilustrada” de 86



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

É lançado em 1987 o segundo *Manual da Folha*, e o jornal dá prosseguimento à tentativa de socialização do *Manual*.

Em 1988/89, o jornal é diagramado em módulos (*figura 21*). Artes, fotos e texto são alinhados e as páginas se tornam mais simétricas. Isso facilita a diagramação e controla a quantidade de texto a ser escrito pelos jornalistas.

**Figura 21** – Sistema de modulação das páginas, ano 1988



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Nessa fase, os primeiros computadores *Macintosh* são instalados na redação. Essas máquinas foram adquiridas para dar agilidade à produção de ilustrações e infográficos (*figura 22*).

**Figura 22** – Computadores *Macintosh*

**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Os textos noticiosos deixam de usar a fonte *News Bold*, implantada de forma experimental, e utilizam a *English Times*, com tamanho de aproximadamente 10% maior, e entrelinhas mais espaçadas. Segue abaixo arte comparativa entre as duas fontes (*figura 23*). A fonte dos editoriais incorpora o tipo *Garamond*.

**Figura 23** – *News bold x English Times*

**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

No final da década de 1980, o jornal incorpora novos cabeçalhos, com caixas de textos de chamadas de notícias de dentro do jornal. Tendência vinda do sistema de modulação do jornal. Os pequenos cabeçalhos eram compostos do título da matéria, foto ou ilustração e síntese do texto, convidando o leitor a abrir o jornal e explorar o conteúdo em sua totalidade. O nome dos cadernos ficava em segundo plano na página, mas recebia destaque no tamanho da letra, centralizado na página (*figura 24*).

O público também foi beneficiado com o maior espaço dado às seções de cartas do leitor, reclamações e serviços. Em alguns jornais foi introduzida a figura do *ombudsman*, que tem sua tradição nos países nórdicos e cuja função é criticar o jornal e defender os leitores. A *Folha de S.Paulo* foi a introdutora dessa atividade na imprensa brasileira, em 1989. O *ombudsman* atende os leitores, ouve suas críticas e sugestões e as encaminha para a redação. Prepara, por escrito, uma crítica, que circula internamente, apontando os erros cometidos pelo jornal: ortográficos, de edição e de informação. (Abreu, 2002)

**Figura 24** – Montagem de alguns cabeçalhos da *Folha* de 1989



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Velho discorre sobre a evolução tecnológica ocorrida no jornal impresso:

Num movimento ao longo do tempo, o jornalismo foi se “desenhando” em diversos formatos e em diferentes suportes, com o objetivo de difundir informações de cunho sociopolítico, econômico e cultural. Esses “desenhos” acompanharam a tecnologia disponível para a veiculação de notícias e, de certa forma, a complexificação da sociedade levou ao desenvolvimento de novos meios para a veiculação da informação, num processo também de complexificação das linguagens; isto é, das formas de apresentação, de organização dos signos nos diferentes suportes oportunizados pelas tecnologias. Nesse universo de meios estão as cavernas pré-históricas; as paredes dos templos da Antiguidade; as Actas de pedra de Roma; os papiros do Egito; o papel de arroz dos chineses, que conforma, mais tarde, os papéis de celulose industrializados, que vão dar origem aos impressos, especialmente no fim da Idade Média, quando a informação passou por um processo de valorização na cultura e se tornou, pouco a pouco, mercadoria. (Velho, 2007)

Ainda segundo Velho:

Na construção do que entendemos, hoje, como jornalismo, a comunicação escrita teve papel fundamental, porque inaugurou um novo momento para a expressão coletiva. A escritura nasceu para permitir o registro das informações da cultura, mas acabou se transformando num bem que significa poder. Basta lembrar que apenas sacerdotes e os sábios conselheiros das grandes civilizações antigas dominavam essa forma de expressão. E isso se mantém por séculos, até que houvesse interesses políticos e econômicos para que ela chegasse à população em geral e surgisse um movimento que propusesse a alfabetização das pessoas. (Velho, 2007)

## 2.9. Principais mudanças de 1990

Em 1990 são instaladas na redação paginadoras *Harris* (figura 25), computadores que permitiam ver exatamente como cada página seria impressa, colocar fotos, textos e artes, fazer correções na tela antes de mandar o jornal para a gráfica.

**Figura 25** – O sistema de paginação *Harris*



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Abaixo (figura 26) vê-se que no início da década de 1990 a capa *Folha* é diagramada em seis colunas, o logotipo é escrito em maiúsculas, o uso de imagens e gráficos é constante, e  $\frac{1}{4}$  da página destina-se à publicidade do Banco Banespa.

Nas três últimas décadas do século XX, transformações de grande envergadura ocorreram na imprensa brasileira. Foram feitos vultosos investimentos em equipamentos, novas técnicas foram introduzidas, a estrutura das empresas, assim como sua gestão administrativa, mudou, houve uma grande concentração dos veículos de comunicação e, por outro

lado, um grande alargamento e diversificação do público consumidor, que hoje tem dimensão nacional. Evidentemente, esse movimento de modernização se refletiu na própria atividade jornalística e no perfil do profissional da imprensa. (Abreu, 2002)

**Figura 26** – Capa *Folha de S.Paulo* de 1990



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Um ano depois, a *Folha* passa por uma reorganização de seus cadernos e além da Ilustrada, o jornal lança os cadernos Brasil, Mundo, Dinheiro, Cotidiano e Esporte (*figura 27*). O jornal muda as fontes dos logotipos dos cadernos e das chamadas das matérias. Mas mantém a base de posicionamento do final da década de 80 (*figura 24*).

**Figura 27** – Montagem de alguns cadernos da *Folha* de 1990



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*



No início da década de 1990, a *Folha* lança o Indifolha, notícias no formato de pequenas artes (*figura 28*), dando início à fase dos Infográficos como forma de transmissão de informações. Segundo Pablos, a Infografia é um gênero jornalístico. Ela é a informação gráfica e visual, união comunicativa de uma pintura e/ou desenho com um texto (Pablos, 1999).

**Figura 28** – Exemplo de Indifolha, início da década de 1990



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

A partir do uso dos infográficos, a *Folha* dedica espaço considerável à informação visual, por meios de fotos, gráficos, tabelas e ilustrações.

Segundo De Pablos, com o correr dos anos, a infografia foi cada vez mais inserida nos meios impressos para explicar alguns assuntos tratados nos textos. A Guerra do Golfo Pérsico foi um dos grandes exemplos do uso da infografia (De Pablos, 1999).

Para Abreu:

Entre os profissionais da imprensa, especialmente da imprensa escrita, começa a prevalecer o conceito de jornalismo deve servir aos interesses concretos dos cidadãos e responder às preocupações dos leitores ou da audiência – o “jornalismo-cidadão”. Nos Estados Unidos, a mesma ideia apareceu no início dos anos 90, com o conceito de “jornalismo público” (*public journalism*). Esse tipo de jornalismo atribui aos profissionais da mídia a tarefa de ajudar os leitores, ouvintes ou telespectadores a enfrentar as dificuldades da vida quotidiana, dar respostas às expectativas da população em relação à sua região, à sua cidade ou ao seu bairro, através do estímulo à cultura cívica. (Abreu, 2002)



No ano de 1992, o jornal lança os cadernos *Mais!* e a *Revista da Folha*. Nessa mesma época, a recessão econômica vivida pelo país obriga a *Folha* e outros veículos a economizarem papel. Todos os elementos gráficos do jornal são reduzidos para manter a mesma quantidade de informações. A técnica japonesa de miniaturizar plantas (bonsai) virou gíria interna da redação para se referir à redução dos elementos gráficos. Em 1992 a *Folha* lança outro *Manual de Redação*.

Algumas páginas ganharam coluna lateral à esquerda, com mais destaque para as notas. A área do *Indifolha* diminuiu. O jornal apresenta novo padrão no alto da página, com logotipos menores e sem caixas. O espaço entre as colunas ficou maior, as entrelinhas diminuíram e o texto recebeu ligeira condensação, o que aumentou o volume de texto por página. Outro fator importante é o uso de cores na impressão de algumas capas e cadernos (*figura 29*).

**Figura 29** – Capa do Caderno Mundo de 1992



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Com essas alterações o jornal economiza aproximadamente 50% do número de páginas por dia, segundo dados da *Folha*.

O Banco de Dados da *Folha* passa por uma reestruturação em 1993, sendo instalada uma rede de computadores capaz de armazenar textos que podem ser consultados a qualquer momento pela Redação por meio dos terminais. No ano seguinte, 1994, a *Folha* cria seu banco de imagens digitais e as fotos são guardadas

nos próprios computadores (*figura 30*).

**Figura 30** – Montagem das telas do sistema de Banco de Dados de textos e imagens informatizados da *Folha*



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Nessa fase, a *Folha* possuía um dos maiores parques gráficos do mundo, compreendido por 24 unidades *Goss Urbanite* e 23 unidades *Metro Goss*, capazes de utilizar 80 mil toneladas de papel a cada ano.

Ainda em 1994, são comercializadas informações 24 horas por dia para vários meios de comunicação pela *Agência Folha*. A *Folha* lança encartes vendidos com o jornal, como, por exemplo, o *Atlas Folha/ The New York Times*, citado no *Guinness Book* – O Livro dos Recordes, como sucesso de vendas. Um ano depois, 1995, a *Folha* lança o *CD ROM Folha*, contendo todos os textos publicados pelo jornal no ano anterior.

## 2.10. Principais mudanças de 1996

Em 1995/96, o jornal inaugurou seu parque gráfico (Centro Tecnológico Gráfico - *Folha*) em Tamboré, na Grande São Paulo. Esse avanço tecnológico permitiu, pela primeira vez, a utilização de cores em todas as páginas. As páginas do jornal eram transmitidas para o parque gráfico por micro-ondas, sendo implantada em seguida a tecnologia de fibra óptica. Impressão, empacotamento e transporte dos jornais eram controlados por computador. O investimento ficou em torno de 120 milhões de dólares, segundo a *Folha*.

Houve mudança gráfica considerável em 1996: os cadernos são agora diferenciados por meio de cores (*figura 31*). Verde para o caderno Dinheiro, por exemplo. O tipo de letra dos textos e títulos também é alterado. Os espaços entre as colunas são maiores e a diagramação modulada em seis colunas. O nome *Folha* é escrito em fontes maiúsculas, e em seguida o nome dos cadernos é escrito ao lado e maior do que o da *Folha*, porém em fontes minúsculas.

**Figura 31** – Montagem dos cabeçalhos dos cadernos da *Folha* em diferentes cores



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha* de S.Paulo

A *Folha* passa a usar a família de letras *Folha Serif*, criada especialmente para o jornal. Segue (*figura 32*) arte demonstrativa das letras para títulos, textos e infográficos. A partir dessa fase, a ideia de criar um tipo de letra exclusivo para a *Folha* torna-se constante para o jornal.

**Figura 32** – Montagem das fontes criadas para uso exclusivo *Folha*



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha* de S.Paulo

O jornal lança o *Universo Online – UOL* que integra suas fontes de pesquisas *on-line* em seu banco de dados, e logo a *Folha* anuncia a fusão com o *Brasil Online*, empresa que era do grupo Abril, fortalecendo o *UOL*. Ver história a *UOL* no *link*: <http://sobreuol.noticias.uol.com.br>.

Em 1997, a *Folha* lança uma campanha na TV enfatizando o sucesso nos *Classificados da Folha* (figura 33). Nesse ano, a *Folha* publicou uma versão da revista americana *Time* como suplemento em tabloide do próprio jornal, com 24 páginas coloridas. Um ano mais tarde, 1998, a *FolhaInvest* é lançada como um suplemento, explicando o que é mercado financeiro.

**Figura 33** – Mascote da campanha de Classificados da Folha



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

O Grupo Folha lança o jornal *Agora*, que substitui a *Folha da Tarde* no ano de 1999. No mês de julho de 1999, por decisão da ANJ – Associação Nacional dos Jornais, o tamanho dos jornais em formato standard passa a ser aproximadamente 10% menor, afetando 83 jornais filiados. Tendências seguidas por países como Estados Unidos e Canadá.

No ano de 2000, a *Folha*, em parceria com a *Infoglobo Comunicações*, lança o jornal *Valor*. A nova publicação, de âmbito nacional, é especializada no mercado financeiro. No mesmo ano, a *Folha* lança o "Equilíbrio", caderno que trata da vida, bem-estar etc. Logo o jornal aborda tendências de vestuário, com o caderno "Moda".

Segundo Abreu:

O jornalista, hoje, trabalha mais: além de preparar a notícia, deve fazer a diagramação, indicar as fotos, desenhos, gráficos, em suma, tudo o que constará da sua matéria. Além disso, houve uma redução drástica de pessoal nas redações. Os repórteres muitas vezes são obrigados a fazer mais de uma matéria ao mesmo tempo. Nesse processo rápido e ágil, o controle da qualidade se torna mais difícil. Esses são, em geral, os argumentos utilizados para mostrar como caiu a qualidade das matérias veiculadas hoje em dia. (Abreu, 2002)

Em 2001, o logotipo dos cadernos muda (*figura 34*), mas são mantidas as cores do projeto gráfico de 1996 (*figura 31*), porém o nome dos cadernos é escrito em letras maiúsculas, acompanhando o nome *Folha*.

**Figura 34** – Capa *Folha de S.Paulo* de 2001



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

No mesmo ano de 2001, a fonte *Folha Serif* ganha dois tipos: *Extrabold* e *Light* (*figura 35*), para uso nas páginas do caderno Ilustrada.

**Figura 35** – Capa *Folha de S.Paulo* de 2001



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Para Abreu:

Um outro aspecto que deve ser considerado quando se analisam as alterações sofridas pela imprensa nos últimos anos é a estrutura de produção de um jornal. Não há dúvida de que a informatização das redações significou um salto em termos de rapidez na execução das tarefas. Em contrapartida, o rigor no horário de fechamento do jornal aumentou, obrigando o jornalista a trabalhar sob pressão. Antes, o jornal estava pronto para rodar quando o editor dizia “pode fechar”. Hoje, o jornal fecha muito mais cedo, e quem exige isso é outra instância: a comercial. Os jornalistas têm que obedecer a horários rígidos, pois há contratos com companhias aéreas, que distribuem o jornal para outros estados, e com serviços terrestres, para a distribuição em cidades próximas. (Abreu, 2002)

## 2.11. Principais mudanças de 2006

Na reforma gráfica de 2006 (*figura 36*), a *Folha* apresenta o termo “Leitura em dois tempos”, o visual do jornal é repaginado na tentativa de permitir a leitura rápida com diferentes entradas de texto por página e uso intenso de fotos, ilustrações e infográficos. A diagramação é mantida em seis colunas e os espaços entre colunas e áreas de respiro continuam a ser utilizadas.

**Figura 36 – Capa da Folha de 2006**



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

O novo caderno intitulado *Folha Corrida* (*figura 37*), com notícias pequenas e bem ilustradas, é ponto forte dessa reforma, pois segue tendência que será

apresentada neste trabalho (capítulo 2), que é a economia de palavras e mais imagens de destaque.

**Figura 37** – Detalhe da Capa do caderno Folha Corrida de 2006



Fonte: Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

A *Folha* usa novo tipo de letra, *Chronicle*, o que deixa o texto maior. Segue (figura 38) comparativo da antiga e nova letras usadas nos textos.

**Figura 38** – Comparativo das letras dos textos antes e depois da reforma de 2006



Nas letras dos títulos das matérias, a *Folha* também faz leve compensação no tamanho da fonte *Folha Serif* para acompanhar o aumento do texto (figura 39).

**Figura 39** – Comparativo das letras dos títulos antes e depois da reforma de 2006



Os cabeçalhos dos cadernos têm nova arte, com destaque ao nome do caderno, e agora em segundo plano o nome *Folha de S.Paulo* aparece menor, abaixo. Seguem cores diferentes de identificação. Detalhe para o título das matérias, que não segue padrões de arte e diagramação.



**Figura 40** – Montagem de alguns cabeçalhos da Folha de S.Paulo de 2006





### 3. O PROJETO GRÁFICO DE 2010

O jornal *Folha de S.Paulo* lançou, na edição de domingo, dia 23 de maio de 2010, sua recente reformulação gráfica e editorial. A mudança se caracterizou, além do visual do jornal, pela inserção de novos cadernos e novos colunistas, fazendo parte da nova fase do jornal. Na *figura 1*, há uma prévia das mudanças da capa da *Folha*; do lado esquerdo, o exemplo da capa do jornal de 2006, e do lado direito, 2010. Neste capítulo detalharemos as mudanças mais significativas da última mudança gráfica.

**Figura 1** – Capas Folha de S.Paulo 2006 e 2010



Fonte: <http://acervo.folha.com.br/>

Daremos ênfase ao novo projeto gráfico, ou seja, reformulações visuais desenvolvidas pela equipe gráfica. Porém, serão citadas as demais mudanças, como as editoriais.

Em meados de abril de 2010, um mês antes do lançamento do novo projeto gráfico, as redações do jornal *Folha de S.Paulo* e *Folha Online* – versão digitalizada do jornal - foram unificadas, permitindo melhor comunicação e controle das notícias para o jornal impresso (*off-line*) e para o site (*on-line*), conforme dados da *folha.com*.

Ao lado do jornal de lançamento do novo projeto gráfico, a *Folha* publicou o caderno “Novíssima”. Esse suplemento (*figura 2*) foi como um raio-x das mudanças,

pois mostra aos leitores, por meio de artes, imagens e ilustrações onde, como e por que houve mudanças.

**Figura 2 – Capa caderno “Novíssima”**



**Fonte:** <http://acervo.folha.com.br/>

Esse caderno servirá como auxílio na identificação das mudanças gráficas. Preferimos nós mesmos identificar e analisar as mudanças.

Segundo publicado em seu site, o *folha.com*, o jornal visa aos seguintes objetivos com a reforma:

- 1) Aumentar a legibilidade de textos e de infografias;
- 2) Aperfeiçoar a organização dos elementos que integram uma página, hierarquizando melhor o noticiário;
- 3) Reforçar a unidade entre cadernos e páginas de modo que a identidade do jornal prevaleça. A promessa dessa mudança é ter um jornal mais sintético na sua forma e mais analítico e interpretativo no conteúdo.

Esse projeto gráfico, de maio de 2010, foi trabalhado desde setembro de 2009, sob o comando de Eliane Stephan, em conjunto com toda a editoria de arte da *Folha*. Eliane foi editora de arte da *Folha* em 1990 e responsável pelas reformas

gráficas de 1996. Para saber mais sobre os trabalhos executados por ela visite: <http://www.elianestephan.com/>.

Em entrevista no vídeo produzido por Fernando Grostein Andrade, da produtora Spray Filmes, a designer Stephan (*figura 3*) disse a respeito da proposta do projeto gráfico em questão: *"Começo sempre a trabalhar com a tipografia, que é o principal elemento de identidade do jornal, a partir das fontes escolhidas, associadas a elementos como grade, cor e hierarquia, todo o resto se constrói e surge a 'cara' do jornal"*.

**Figura 3** – Reprodução entrevista Eliane Stephan



**Fonte:** <http://vimeo.com/13704875> (último acesso em setembro de 2010)

Nesse vídeo, intitulado *O Jornal do Futuro*, há depoimentos dos diretores, colunistas e designers, bastidores da mudança e algumas curiosidades. O vídeo é como documentário que registra a nova fase do jornal. . Ele foi publicado em diversos sites especializados em vídeos na internet, como: [www.youtube.com](http://www.youtube.com/) / [www.vimeo.com](http://www.vimeo.com), além do próprio site da Folha [www.folha.com](http://www.folha.com), e fez parte da campanha de lançamento do projeto.

Para entender e acompanhar o raciocínio de mudança, analisaremos a identificação das mudanças a partir da tipografia.

Com esse projeto gráfico, a *Folha* pretendia deixar o jornal mais sintético e analítico, porém acreditamos que isso pode ser discutido em outro trabalho. Contudo, como estamos falando de jornalismo, encontramos estudos sobre as estruturas narrativas, o discurso e enunciação, que valem a pena ser citados,

segundo Barros:

As estruturas narrativas convertem-se em estruturas discursivas quando assumidas pelo sujeito da enunciação. O sujeito da enunciação faz uma série de “escolhas”, de pessoa, de tempo, de espaço, de figuras, e “conta” ou passa a narrativa, transformando-a em discurso. O discurso nada mais é, portanto, que a narrativa “enriquecida” por todas essas opções do sujeito da enunciação, que marcam os diferentes modos pelos quais a enunciação se relaciona com o discurso que enuncia. A análise discursiva opera, por conseguinte, sobre os mesmos elementos que a análise narrativa, mas retoma aspectos que tenham sido postos de lado, tais como as projeções da enunciação no enunciado, os recursos de persuasão utilizados pelo enunciador para manipular o enunciatário ou a cobertura figurativa dos conteúdos narrativos abstratos. (Barros, 1990)

Ainda segundo Barros:

A enunciação caracteriza-se, em primeira definição, como a instância de mediação entre estruturas narrativas e discursivas. Pode, nas diversas concepções linguísticas e semióticas, ser reconstruída a partir, sobretudo, das “marcas” que espalha no discurso. É nas estruturas discursivas que a enunciação mais se revela e onde mais facilmente se apreendem os valores sobre os quais ou para os quais o texto foi construído. Analisar o discurso é, portanto, determinar, ao menos em parte, as condições de produção do texto. (Barros, 1990)

Para Fiorin:

Os esquemas narrativos são assumidos pelo sujeito da enunciação que os converte em discurso. A enunciação é o ato de produção do discurso, é uma instância pressuposta pelo enunciado (produto da enunciação). Ao realizar-se ela deixa marcas no discurso que constrói. Por exemplo, o enunciador pode reproduzir ou não a enunciação no interior do enunciado. Quando se diz “Eu afirmo que o quadrado da hipotenusa é igual à soma do quadrado dos catetos”, o enunciador coloca o sujeito da enunciação (*eu*) e o ato de enunciar (afirmo) no interior do enunciado. Quando se diz “O quadrado da hipotenusa é igual à soma do quadrado dos catetos”, deixa-se fora do enunciado o simulacro do ato de enunciar. Mesmo quando os elementos da enunciação não aparecem no enunciado, a enunciação existe, uma vez que nenhuma frase se enuncia sozinha. Há sempre alguém (um *eu*) que diz que o quadrado da hipotenusa é igual à soma do quadrado dos catetos. (FIORIN, 1993)

A *Folha* deu ênfase à utilização de recursos visuais na nova fase, o que vem se repetindo. Tais recursos foram encontrados na inserção de infográficos,

fotografias, charges etc. Há autores que analisam o visual como um tipo específico de linguagem, e a *Folha* usa com mais frequência o recurso de signos visuais.

Segundo Cardoso:

...há um número considerável de pesquisadores brasileiros utilizando diferentes instrumentais semióticos com o intuito de compreender o signo visual na publicidade. Ainda que as diferentes bases teóricas confluem para um fim comum, a análise de um tipo específico de linguagem, cada uma delas apresenta distintos instrumentais teórico-analíticos. (Cardoso, 2007)

### 3.1. Linguagem verbal e não verbal

A linguagem pode ser entendida em termos genéricos como maneira que as pessoas dispõem para se comunicar entre elas; pode ser verbal e não verbal. Verbal é quando a comunicação se faz por meio da escrita ou da fala. Não verbal, quando são utilizados recursos visuais como imagens, desenhos, placas etc.

Para Dondis:

A linguagem ocupou uma posição única no aprendizado humano. Tem funcionado como meio de armazenar e transmitir informações, veículo para o intercâmbio de ideias e meio para que a mente humana seja capaz de conceituar. *Logos*, a palavra grega que designa linguagem, inclui também os significados paralelos de “pensamento” e “razão” na palavra inglesa que dela deriva, *logic*. As implicações são bastante óbvias; a linguagem verbal é vista como um meio de chegar a uma forma de pensamento superior ao modo visual e ao tátil. (Dondis, 1997)

Nesta análise desenvolveremos um estudo sobre a imagem, pois no projeto gráfico da *Folha de S.Paulo* (2010), o jornal dá atenção especial ao uso constante de imagens em destaque – esse uso, por exemplo, é bem maior do que no projeto gráfico anterior (2006), como se compara na *figura 1* deste capítulo.

Segundo Joly:

O termo imagem é tão utilizado, como todos os tipos de significados sem ligação aparentemente, que parece muito difícil apresentar uma definição simples e que abarque todas as maneiras de a empregar. De fato, numa primeira abordagem, o que haverá de comum entre um desenho de uma criança, um filme, uma pintura rupestre ou impressionista, graffiti, cartazes, uma imagem mental, uma imagem de marca, falar por imagens e por aí afora? O mais notável é que, apesar da diversidade dos significados desta palavra, compreendemo-la. Compreendemos que ela designa algo que, embora não remetendo sempre para o visível, toma de empréstimo alguns traços ao visual e, em todo o caso, depende da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém, que a produz ou a reconhece. (JOLY, 1999)

Ainda segundo Joly:

Quando falamos de imagem de si ou de imagem de marca, estamos ainda a fazer alusão a operações mentais, individuais ou coletivas, que neste caso insistem mais no aspecto construtivo e de identificação da representação do que no seu aspecto visual ou de semelhança. Mesmo sem uma iniciação específica ao complexo conceito de representação (que pode ser relativo à psicologia, à psicanálise, às matemáticas, à pintura, ao teatro, ao direito etc.), compreendemos que se trata de uma elaboração que sobressai do psicológico e do sociológico. (JOLY, 1999)

Relacionando a linguagem verbal e não verbal ao jornal e ao universo de notícias e publicações encontramos uma explicação bem interessante em Fonseca-Silva e Santos:

(...) há pelo menos três posições clássicas quanto ao entendimento e consideração da relação entre o verbal e o não verbal envolvendo a notícia e a fotografia no jornal impresso: a posição dos que defendem a **autonomia** entre linguagem verbal e linguagem não verbal; a posição dos que defendem a **dependência**, segundo a qual a linguagem não verbal é tomada como que ocupando uma função ancilar, dependente de ser descrita, ou determinada, pela verbal; e a posição dos que defendem a **complementaridade**, caso em que um tipo de linguagem complementa, completa, o sentido da outra. (FONSECA-SILVA e SANTOS, 2006)

As imagens representam muito quando estudamos os jornais impressos. Elas representam em muitos casos o motivo pelo qual o leitor se interessará ou não pela matéria publicada. Em alguns estudos, encontramos que as imagens podem definir o movimento dos nossos olhos. Segundo Joly:

As imagens visuais podem também, a partir do registro de raios infravermelhos, indicar o nível de calor da atmosfera ou de certas partes do corpo humano. O eletrocardiograma ou o eletroencefalograma já nos tinham habituado à transcrição visual do registro da eletricidade. Do mesmo modo, o registro do movimento favorece a investigação, como no caso da oculometria: a transcrição num ecrã do movimento dos olhos de um espectador que olha uma imagem, juntamente com a detecção das ondas emitidas pelo cérebro, permite localizar os objetos e a identidade da atenção do espectador. (JOLY, 1999)

Para finalizar e reforçar a importância do uso das imagens na comunicação, notamos que as imagens são realmente formas de linguagem e transmissão de informações. Elas representam a presença ou ausência de algo e são cabíveis de várias interpretações por parte dos leitores do jornal.

Para Joly:

Demonstrar que a imagem é realmente uma linguagem, uma linguagem específica e heterogênea; que a este título se distingue do mundo real e que propõe, por meio de signos particulares, uma representação escolhida e forçosamente orientada; distinguir os principais instrumentos desta linguagem e o que significa a sua presença ou a sua ausência; relativizar a sua própria interpretação, embora sempre compreendendo os seus fundamentos – são algumas das muitas provas de liberdade intelectual que a análise pedagógica pode implicar. (JOLY, 1999)

### 3.1.1. Tipografia

A nova letra dos textos, criada especialmente para a *Folha*, foi desenvolvida pelo alemão *Erik Spiekermann* em parceria com o norte-americano Christian Schwartz, e a proposta da *Folha* era criar uma nova fonte que tenha um desenho mais adequado ao jornal, tornando a leitura mais ágil e agradável. Segue (*figura 4*) uma arte comparativa da antiga e da nova letra da *Folha*:

**Figura 4 – Arte comparando os dois tipos de letra**



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

O quadro acima (*figura 4*) é um comparativo do tipo da letra antiga na cor preta e a nova em azul. A nova é um pouco maior. Logo abaixo desse comparativo, na ilustração há a letra “a” como exemplo para demonstrar mudanças no tipo de acabamento gráfico da letra. Finalmente, na base desse mesmo quadro, o texto dos colonistas passa a ser em itálico para se diferenciar das reportagens.

Nos títulos, as novas fontes desenhadas pelo designer holandês Luc(as) de Groot, o mesmo que redesenhou a fonte dos títulos na reforma gráfica de 1996, têm variedade de pesos, possibilitando a diversificação, sem perder a identidade tipográfica, conforme quadro abaixo (*figura 5*):

**Figura 5 – Arte comparando os dois tipos de letra**

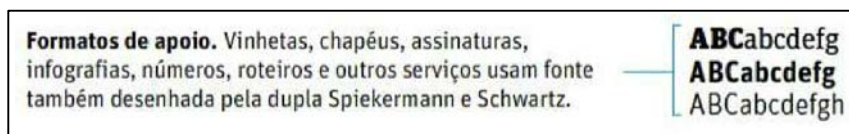


Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

Finalmente, na *figura 6 a Folha* finaliza a mudança na tipologia e apresenta o que ela mesma intitula “formatos de apoio”.



Figura 6 – Formatos de apoio



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

Seguem links referentes à vida e obras dos designers que fizeram a reformulação tipográfica da *Folha* de 2010:

Luc(as) de Groot: <http://www.lucasfonts.com/>

Erik Spiekermann: [www.spiekermann.com/mten/index.html](http://www.spiekermann.com/mten/index.html)

Christian Schwartz: <http://www.christianschwartz.com/>

As letras de texto e títulos aumentaram em média 10% em relação às letras do projeto gráfico de 2006. Com essa nova tipologia e diagramação diferenciada, a *Folha* promete deixar “a leitura mais fácil”.

Analisando a *figura 4* e *figura 5*, as letras foram aumentadas em média 10%, e deram melhor visualização ao texto. Nas letras dos títulos que também tiveram esse aumento fizemos uma arte comparativa tomando como base o antigo caderno “Dinheiro”, publicado em setembro de 2006, com o seu substituto nesse novo projeto, o caderno “Mercado”, publicado em setembro de 2010 (*figura 7*).

Figura 7 – Arte comparativa dos cadernos “Dinheiro” de 2006 e “Mercado” de 2010



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

Na (*figura 7*) o título de 2006, do caderno “Dinheiro”, além de maior em número de caracteres e letras mais finas, disputa espaço e atenção na página com um quadro do lado esquerdo. Já no caderno “Mercado” de 2010, o título é mais enxuto, maior, e começa do lado esquerdo da página e termina sem qualquer interferência, até o final da página, além do tipo de letra ser mais grossa, ficando aparentemente em negrito e dando maior destaque e visualização na página. A proposta no visual do jornal, segundo o site *folha.com*, era deixar os títulos mais fortes.

### 3.1.2. Cabeçalho da capa e dos cadernos

Na *figura 8*, montamos uma arte comparativa dos cabeçalhos oriundos dos projetos gráficos de 2006 e de 2010.

No cabeçalho de 2006, na parte de cima há a frase “UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL”, seguida por três estrelas nas cores vermelha, azul e preta, e logo ao lado direito das estrelas o endereço eletrônico WWW.FOLHA.COM.BR. No centro do cabeçalho e em total destaque está o logotipo do jornal, de canto a canto da página. Na base do cabeçalho, na parte esquerda, vemos a frase “DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO”; ao centro, em duas linhas, o dia da semana, dia do mês, mês, ano e número da edição, e por fim, no lado direito, o nome do local da edição, horário de término dos trabalhos e o valor comercial do jornal.

No de 2010, a primeira imagem é o logotipo da *Folha de S.Paulo* em destaque, sem nada acima, tomando conta do topo do cabeçalho. Logo abaixo o ano de fundação da Folha; ao centro, as mesmas três estrelas acompanhadas da frase “UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL”, e à direita o endereço eletrônico *folha.com.br*. Abaixo há um traçado de linha na cor azul dividindo todo o cabeçalho, e na base a frase “DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO”; ao centro, dessa vez na mesma linha, ano da Folha, dia da semana, dia do mês, mês, ano e número da edição e, por fim, no lado direito, o nome do local da edição, horário de término dos trabalhos e o valor comercial do jornal.

**Figura 8 – Arte comparativa dos cabeçalhos das Capas dos Projetos Gráficos de 2006 e 2010**



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

Segundo depoimento do diretor-executivo, Sérgio Dávila, no vídeo *O Jornal do Futuro*, as estrelas presentes no antigo e novo cabeçalho são marca cada vez mais forte do jornal, com maior visibilidade nos cadernos. Representam a fusão das três *Folhas*: da *Tarde* (vermelha), da *Noite* (azul) e da *Manhã* (preta).

A imagem de uma empresa junto ao mercado ultrapassa valores puramente estéticos. Toda empresa ou serviço, embora impessoais, apresentam características de personalidade, seja através de seus produtos ou filosofia empresarial. A personalidade, traduzida na imagem (marca-símbolo/logotipo), ganha importância fundamental a partir da constatação de sua existência e forma planejada. (RIBEIRO, 1998, p. 270)

Os cabeçalhos dos cadernos do projeto de 2010 sofreram alterações consideráveis, mudando completamente as de 2006. Segue comparativo entre os antigos e novos cabeçalhos (*figura 9*).

**Figura 9** – Montagem das artes dos cabeçalhos dos cadernos de 2006 e 2010



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

Nos cabeçalhos de 2006, o nome Folha aparece em todos de maneira visível e com destaque, seguido do nome do caderno em letras maiúsculas e em cores diferentes. No de 2010, a Folha criou uma espécie de tarjas de tamanhos iguais, porém com preenchimentos em cores diferentes. Os nomes dos cadernos aparecem todos em letras minúsculas, levemente desalinhados à esquerda do bloco ou tarja principal, como na *figura 9*.

Tentando manter e reforçar a mesma identidade entre os cadernos, a Folha lançou esses novos cabeçalhos em 2010 (*figura 9*). Eles possuem a cor principal ciano, que é o azul sem qualquer tipo de mistura, predominante no lado esquerdo (exceto o caderno “Equilíbrio”, no qual o próprio nome do caderno e detalhe da lateral estão em ciano).

Na capa do jornal, conforme *figura 10*, há quadros (*boxes*) com as cores relacionadas às cores dos cabeçalhos dos cadernos de acordo com a notícia, facilitando ao leitor ler a chamada e encontrar a notícia na íntegra na parte interna do jornal. Esses *boxes* coloridos permitem que a hierarquização das reportagens na capa fique mais clara, identidade entre os cadernos mais evidente, pois todos possuem o mesmo formato.

**Figura 10** – Arte dos *boxes* de capa associados aos diferentes cadernos



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

Os novos cabeçalhos ou logotipos dos cadernos ficaram maiores e mais fortes como na *figura 11*. O aumento do contraste e do tamanho das letras aparentemente tornou as informações mais legíveis, mais fáceis de serem identificadas e lidas mais rapidamente.

**Figura 11** – Cabeçalhos dos cadernos de 2006 e 2010



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

### 3.1.3. Mudanças nos cadernos e editorias

Nas editorias, a *Folha de S. Paulo* mudou nomes de cadernos, como o noticiário político, chamado "Brasil", que passou a ser "Poder", editado pela jornalista Vera Magalhães. O caderno tem novos colunistas, como, por exemplo, a atriz

Fernanda Torres e o diretor-executivo da ONG Transparência Brasil, Cláudio Weber Abramo. O caderno trata da cobertura dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, nos assuntos relacionados à religião, aos movimentos sociais e às organizações da sociedade civil brasileira.

O caderno de economia, intitulado "Dinheiro", editado pelo jornalista Raul Juste Lores, mudou para "Mercado", e nessa fase tem mais 15 novos colunistas. Eike Batista, brasileiro mais rico segundo a revista "Forbes", Fábio Barbosa, presidente da Febraban, Antonio Palocci, ex-ministro da Fazenda do governo Luiz Inácio Lula da Silva, o publicitário Nizan Guanaes, a jornalista Maria Cristina Frias, Márcia Dessen, Maria Ines Dolci e Gustavo Cerbasi, autor de best-seller sobre finanças pessoais, são alguns dos novos colunistas do caderno "Mercado". O caderno tem nova seção de *Commodities*. Junto com o "Mercado", temos o *FolhaInvest*, que circula às segundas, centrado na educação financeira e investimentos dos leitores.

O caderno "Esporte" (figura 12) permanece com o mesmo nome, porém, de formato *standart* passa a ser tabloide, encartado no jornal.

**Figura 12** – Comparativo dos cadernos esportivos de 2006 e 2010



**Fonte:** [www.folha.com](http://www.folha.com)

O caderno de quarta-feira, "Informática", é renomeado como "Tec", e tem como proposta tratar de tecnologia não apenas para profundos conhecedores, mas leigos e curiosos do assunto. Segue abaixo figura 13 comparando os cabeçalhos e



diagramação das capas dos cadernos do projeto gráfico de 2006 e 2010.

**Figura 13** – Comparativo entre cadernos esportivos de 2006 (maio) e 2010 (outubro)



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

Esse novo caderno traz alguns ícones que são apresentados junto às matérias (*figura 14*), com significados que auxiliam a identificação do tema de cada tópico.

**Figura 14** – Ícones do caderno “Tec”



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

Descreveremos o significado de cada novo ícone, segundo o site [folha.com](http://folha.com):

**Apperitivo:** Seção de sugestões de aplicativos para celulares.

**Atalho:** José Antonio responde dúvidas técnicas dos leitores.

**Cliques:** Lista de sites que vale a pena conhecer.

**Compras:** Vitrine de novos produtos relacionados ao mundo digital.

**Delete:** Ícone para sinalizar.

**Nerd Feliz:** Espaço para humor, que terá um novo cartum, o “joy of Tech”, dos canadenses Nitrozac & Snaggy, além da tira “Blog da Muriel”, de Laerte.

**Redemoinho:** Coluna sobre redes sociais, escrita por Alec Duarte, editor-assistente do caderno “Poder”.

**Se liga:** Ícone para sinalizar boas dicas.

Outra mudança é a substituição do caderno “Mais!” (presente há 18 anos no jornal) pelo “Ilustríssima”, sob a direção de Paulo Werneck, que circula aos domingos. O caderno também tem textos de poesia, quadrinhos e trabalhos de artistas plásticos. Segue abaixo *figura 15*, mostrando essa mudança.

**Figura 15** – Antigo caderno “Mais!”, substituído pelo “Ilustríssima”



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

O cartunista de apenas 14 anos João Montanaro, revelado em um concurso de ilustração, faz parte do time de cartunistas da *Folha*. A *Folha* passou de 17 para 49 cartunistas. O suplemento “Equilíbrio”, que circulava às quintas, agora é às terças.



### 3.2. Elementos de diagramação

No novo projeto a organização das páginas é feita por meio de diagramas, ou seja, espaços preestabelecidos, que servem como base para a diagramação de textos, fotos e infográficos, respeitando os espaços e limites de cada página. Cada página tem na vertical 12 módulos, cada módulo tem 3,5 cm ou 9 linhas, como mostra a *figura 18*.

Segundo Ribeiro, a "harmonia cromática é a justa relação de duas ou mais cores" (1998).

**Figura 18 –** Modulação das páginas



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

Ainda segundo Ribeiro, a diagramação é dividida em três aspectos: dominante vertical, horizontal e mista. Ela tende para linhas verticais quando existe um grande número de títulos e clichês em apenas uma coluna. Já para as linhas horizontais quando existe uma quantidade de títulos e clichês mais longos e altos. Na diagramação mista, é apresentada uma fusão dos dois elementos descritos acima.

A *Folha* criou vinhetas e chapéus para que os textos sejam identificados por temas pelos leitores. Isso é forma de sinalização para que as pessoas saibam o tipo de texto que estão lendo (*figura 19*).

**Figura 19** – Novas vinhetas e chapéus para as matérias



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

A *Folha* lançou inúmeras variações de uso da fonte de título (*figura 20*); segundo o jornal, possibilita o tratamento especial de páginas e reportagens sem que se perca a identidade do conjunto do jornal. Seguem alguns títulos capturados dessa nova fase.

**Figura 20** – Variedades de títulos



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

Para Ribeiro, 1998:

Toda página deve conter pelo menos uma ilustração, mesmo que seja uma publicidade, se possível na metade superior. Usar para manchetes tipos meio pretos para claros ao invés de meio pretos para superpretos. Manchetes pesadas só em ocasiões especiais. Os títulos tanto podem estar na cabeça da matéria como ao seu lado ou no centro. Usar, ocasionalmente, composição desalinhada. Todas as matérias devem ter forma quadrangular e retangular. Os fios que dividem as colunas devem ser eliminados. Se forem usados que sejam bem finos. Evitar colunas sem título no alto da página deve ser uma preocupação do diagramador, assim como um título deve prevalecer sobre os demais. (RIBEIRO, 1998, p. 435)

A *Folha* sempre teve preocupação em relação à diagramação, a fim de chamar a atenção de seus leitores. Pouco adianta a notícia publicada ter qualidade se não chama a atenção dos leitores por meio de excelentes fotografias, infográfico ou diagramação atrativa.

De acordo com Fonseca-Silva e Santos:

(...) podemos dizer que um dos sustentáculos do jornal é o gênero notícia, que pode ser considerado complexo (composto de subgêneros, tais como a manchete, o título, a entrevista) e catalisador para outros gêneros, que compõem o hipergênero jornalístico. Por exemplo, é a notícia que a manchete se refere. Mas, inversamente, conforme o tipo de manchete, uma notícia ganha ou perde em relevância: a linguagem aqui, não verbal, é, além da verbal, a tipográfica, ou mais propriamente de *design* gráfico. É a notícia que gera a charge, mobilizando a linguagem do desenho, ainda que, depois, a charge ultrapasse o limite material do jornal, vindo a figurar, por exemplo, num livro, não deixará de estar marcada pelo contexto noticioso em que apareceu pela primeira vez no jornal. (FONSECA-SILVA e SANTOS, 2006)

Segundo Ramos:

Os semioticistas Greimas e Floch ensinam que, no plano da expressão, é possível reconhecer formantes figurativos e formantes plásticos, que se resumem a objetos visuais que norteiam a leitura por meio de estratégias progressivas de produção com traços argumentativos e efeitos de sentido. Os objetos visuais predominantes do texto anúncio publicitário costumam ser fotos, desenhos, símbolos ou ainda caracteres tipográficos. (Ramos, 2010)

A Folha reforçou a valorização de análises e opiniões. Os textos de análise, que já ganhavam destaque nas páginas, tornam-se centrais nessa fase do projeto editorial. Esclarecer o leitor sobre importância, contexto, origem, implicações e feixe de interesses em torno de informações relevantes publicadas no jornal são marcas apontadas nessa mudança, segundo a *folha.com*. Isso será superficialmente abordado, pois este trabalho de pesquisa centra-se em mudanças gráficas. As vinhetas que indicam análise são grafadas em vermelho e as que indicam opinião estão em azul (*figura 21*).

**Figura 21 – Análise e Opinião**



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

No site *folha.com* foi publicada definição de análise e opinião.

Segue abaixo reprodução do site (*figura 22*):

Figura 22 – Definições da Folha: “Análise” e “Opinião”

**ANÁLISE CORRIDA ELEITORAL**



**ANÁLISE**

- 1) Elenca os antecedentes do acontecimento focalizado, bem como suas prováveis consequências e implicações
- 2) Delimita o ambiente em que o acontecimento se deu, procurando identificar tendências ou forças que o impeliram. Esclarecer se esses vetores convergiram ou estiveram em conflito
- 3) Aponta personagens, grupos ou entidades que se beneficiam ou que são prejudicados pelo acontecimento em foco, assim como de que modo sua atuação no episódio contribuiu para o desenlace
- 4) Sempre que pertinente, destaca de que modo o acontecimento analisado pode afetar a vida e a consciência do leitor
- 5) É normal haver mais de uma resposta para cada questão implícita nos itens anteriores. Quando cabível, a análise jornalística deveria oferecer duas ou mais interpretações a respeito de cada item

**OPINIÃO HAITI EM RUÍNAS**



**OPINIÃO**

- 1) O autor se coloca, toma partido, manifesta uma preferência e apresenta argumentos que a justifiquem
- 2) Opinião não deve ser confundida com análise, na qual o autor procura contextualizar um acontecimento e aprofundar a compreensão de seus diversos ângulos

Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

### 3.3. Interação

Visando maior interação com o leitor, a *Folha* criou na base da capa do jornal um espaço, denominado “Fale com a Folha”, para o leitor entrar em contato com o jornal pelo endereço eletrônico: [www.fale.folha.com.br](http://www.fale.folha.com.br) (figura 16)

Segundo Gonçalves, 2009:

A interação comunicacional construída permanentemente com estímulo e resposta, vai ser assim moldada em função da intensidade emocional dos intervenientes. (Gonçalves, 2009)

**Figura 16** – Destaque na base da página para o quadro “Fale com a Folha”



**Fonte:** [www.folha.com](http://www.folha.com)

Ainda segundo Gonçalves, 2009:

Uma comunicação eficaz resulta de múltiplos factores. A disponibilidade para ouvir a mensagem sem pressa e com clareza é um deles; também a capacidade de criar empatia com o outro, ser capaz de se colocar no lugar do outro, na perspectiva do outro e mostrar interesse pelo outro, mantendo uma troca de olhares e com feedback que alimente a comunicação, demonstrando que se mantém aberto à troca de mensagem. (Gonçalves, 2009)

Por esse *link*, o leitor acessa a página abaixo (*figura 17*) e envia críticas, sugestões e opiniões à Redação (Ombudsman, Painel do Leitor, Editorias, Folha Emergência e Comunicar Erros) e com o Atendimento (Assine a Folha, Anuncie e Atendimento ao Assinante).



Figura 17 – Página “Fale com a Folha”

**UOL** ASSINE 0800 703 3000 BATE-PAPO E-MAIL RÁDIO UOL SAC TV UOL UOL HOST VOIP E-MAIL GRÁTIS SHOPPING ÍNDICE PRINCIPAL

INVISTA APENAS NO QUE PRECISAR, QUANDO PRECISAR É PELO TEMPO QUE PRECISAR. Passe o mouse

**FOLHA.com** tempo + CIDADES SP 19°C RIO 23°C

NOTÍCIAS PODER MUNDO MERCADO COTIDIANO ESPORTE ILUSTRADA CIÊNCIA TEC 8 DE MARÇO DE 2011 TV FOLHA FOTO RÁDIO FOLHA

AMBIENTE BICHOS BLOGS CELEBRIDADES COLUNAS COMIDA EQUILÍBRIO E SAÚDE FOLHATEEN FOLHINHA ILUSTRÍSSIMA REVISTA SÃO PAULO SABER TURISMO

HORÓSCOPO FOLHAINVEST INDICADORES TEMPO GUIA FOLHA E-MAIL FOLHA ASSINANTES ACERVO FOLHA FOLHA DE HOJE FOLHA DIGITAL ASSINE A FOLHA

## fale com a folha

**Folha de S.Paulo**  
Al. Barão de Limeira, 425, Campos Elísios, CEP 01202-900  
Tel.: 0/xx/11/3224-3222 - Fax: 11/3223-1644

### Fale com a Redação

- Ombudsman
- Painel do leitor
- Editorias
- Folha Emergência
- Comunicar erros

### Fale com o Atendimento

- Assine a Folha
- Anuncie
- Atendimento ao Assinante

NOTÍCIAS PODER MUNDO MERCADO COTIDIANO ESPORTE ILUSTRADA CIÊNCIA TEC 8 DE MARÇO DE 2011 TV FOLHA FOTO RÁDIO FOLHA

AMBIENTE BICHOS BLOGS CELEBRIDADES COLUNAS COMIDA EQUILÍBRIO E SAÚDE FOLHATEEN FOLHINHA ILUSTRÍSSIMA REVISTA SÃO PAULO SABER TURISMO

HORÓSCOPO FOLHAINVEST INDICADORES TEMPO GUIA FOLHA E-MAIL FOLHA ASSINANTES ACERVO FOLHA FOLHA DE HOJE FOLHA DIGITAL ASSINE A FOLHA

Expediente | Fale Conosco | Mapa do Site | Ombudsman | Erramos

Atendimento ao Assinante | ClubeFolha | PubliFolha | Banco de Dados | Datafolha | FolhaPress | Treinamento | Trabalhe na Folha | Publicidade

Copyright Folha.com. Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução do conteúdo desta página em qualquer meio de comunicação, eletrônico ou impresso, sem autorização escrita da Folha.com.

Fonte: www.folha.com

A valorização da interação com os leitores é fator primordial no projeto de 2010. A reação de quem tem acesso às matérias é quase em tempo real, pois se sentem parte do processo, comentando e opinando nas publicações *on-lines* e *off-lines*.

Para Primo, 2007:

Se tantas vezes já se disse que a interação mediada por computador não se reduz ao modelo um-todos, e facilita os encontros um-um e todos-todos, é preciso ir buscar fundamentação teórico-conceitual nas tradições que trabalham esses dois últimos contextos. Essa é uma das razões que motivaram o resgate, neste livro, das pesquisas em comunicação interpessoal e grupal e a aplicação dessas teorias ao estudo das interações no ciberespaço. (PRIMO, 2007)

São constantes os estudos sobre a interação. Segundo Primo (2007), o termo francês “interação” advém em seguida a outro neologismo, denominado “interdependência”. O mesmo autor cita a relação entre interação e interatividade.

Entendendo que o termo “interatividade” é prescindível, quer-se aqui questionar como se distinguem os diferentes tipos de interação mediada por computador. Na verdade, alguns pesquisadores preferem tentar diferenciar interação e interatividade. Por outro lado, tal empreitada converte-se em uma cilada. O posicionamento aqui adotado será de que tanto um clique em um ícone na interface quanto uma conversação na janela de comentários de um blog são interações. (PRIMO, 2007)

Há estudos sobre como é emitida e recebida a informação via internet pelos leitores. Isso não faz parte do corpus desta pesquisa, porém é interessante citar trecho de Primo (2007) pois ele denomina esse modelo de comunicação de “interatividade”.

A tão conhecida fórmula emissor => mensagem => meio => receptor acaba sendo atualizada no seguinte modelo: *web designer* => site => Internet => usuário. Os termos são outros, foram “modernizados”, mas trata-se da mesma e caduca epistemologia. A diferença é que se destaca que não apenas se recebe o que o polo emissor transmite, mas também se pode buscar a informação que se quer. O novo modelo, então, seria: *web designer* => site => Internet => usuário. Essa seria a fórmula da chamada “interatividade”. (PRIMO, 2007)



#### 4. MANUAIS DE REDAÇÃO DA FOLHA DE S.PAULO

Neste capítulo analisaremos os *Manuais de Redação da Folha*, lançados em 1984, 1987, 1992 e 2001, este último reeditado em 2006. Segundo o jornal, os manuais representam parte fundamental na história da instituição. De fato, os manuais traduzem e acompanham as mudanças gráficas, refletindo o pensamento editorial do jornal. Há que se destacar a importância transmidiática desses documentos.

Os manuais registram desde aspectos da política editorial até detalhes da produção gráfica do jornal. Indicam procedimentos e agregam saberes da empresa sobre fazer jornalismo na *Folha de S.Paulo*. Este capítulo analisa como são divididos e de qual maneira os temas são abordados.

Segundo o site *folha.com*, o texto dos manuais não se limita a impor regras gramaticais e padronizar a linguagem. Dá ao jornalista noções de produção gráfica, define conceitos e serve como base para discussões no dia a dia da Redação.

De acordo com Silva (2011):

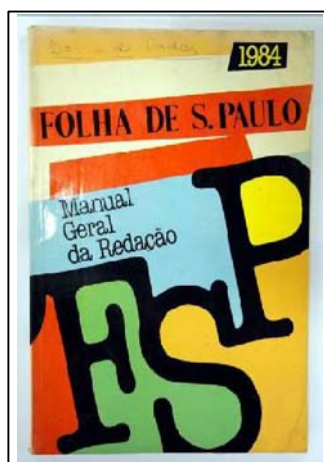
Esse efeito (...), de objetividade é parte constitutiva do funcionamento das Instituições Jornalísticas. É esse funcionamento que permite o *Grupo Folha* sustentar, em seu projeto editorial, a produção de “um jornalismo crítico, apartidário e pluralista”, articulado diretamente à necessidade de um manual. Um manual que conduza o profissional de jornalismo, qualquer que seja ele, a configurar-se por uma linguagem/língua que permita essa produção. É nesse sentido que os Manuais da *Folha de S.Paulo*, em suas diversas edições, respondem a uma demanda de um jornalismo em que o jornalista seja o mais objetivo possível de modo a relatar um fato com fidelidade, reproduzindo a forma, as circunstâncias e as repercussões, encarando o fato com distanciamento e frieza, procurando “realizar um acordo sobre questões de normatização/padronização (...) [para] o trabalho de publicação dos textos”. (SILVA, 2001, p. 276)

##### 4.1. Primeiro Manual Geral da Redação, 1984

O primeiro Manual foi lançado em 1984 com o título de Manual Geral da Redação. A capa mede 13,7 centímetros de largura x 21 centímetros de altura

(figura 1).

**Figura 1** – Manual Geral da Redação de 1984



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

A capa colorida traz o ano (1984) do lançamento no topo, seguindo abaixo o nome Folha de S.Paulo em maiúsculas na cor preta, e uma faixa em vermelho, a sigla FSP (Folha de S.Paulo) na cor preta e em destaque, ocupando cerca de 60% da página, com ângulo de aproximadamente 2 graus de inclinação para a esquerda. Cores utilizadas: preta, vermelha, laranja, azul, verde, amarela e branca.

Na página 2 há a seguinte frase de Olival Costa, fundador da Folha: *“Quem quer literatura busca-a nos livros. A função do jornal é informar. Mas informar não é apenas noticiar: é, a um tempo, selecionar e orientar. No esforço de selecionar se acha subentendida a obrigação de criticar”*. Abaixo da frase há um quadro com os endereços das sucursais do jornal.

O índice alfabético está na página seguinte (página 3), e vai até a página 9. Na letra “A” há como título a palavra “Abre”, com o significado de termos como: acentuação, análise, apóstrofo etc. Na letra “B”, “Banco de Dados”, estão termos como bandeira, bibliografia, biografias etc. C – Cabeçalho: caderno, calhau, capitular etc. D – Data Folha: debates, denúncia, diagramação. E – Edição: editorial, entrevista, equipe etc. F - Facilitar a leitura: fatos, fechamento, fotografia etc. G – Galeria: gancho, gíria, gráficos etc. H – Hard News: haver, hífen, hora etc. I – Iceberg: ilustração, índice, informação etc. J – Jargão: jornalismo crítico e especializado. L – Lançamentos Folha: lead, logotipo, legendas de fotos etc. M – Macarrão: mancha, mapas, módulo etc. N – Nação, Povo e País: nomes próprios, nota da redação, notícia etc. O – Objetividade: óculos, ontem, o que é importante

etc. P – Paica: palavrões, plantão, pré-edição, publicidade etc. Q – Quadro: que e quê. R – Rádio-Escuta: redação, redator, resenha, repórter etc. S – Seção: selo, siglas, sumário etc. T – Tabelas: tabloides, títulos, texto etc. U – Um Jornal a Serviço do Brasil: uso de gravador e telefone, adjetivos e advérbios. V – Vendem-se Casas: vinheta, visitas à Folha, viúva etc. Z – Zoo.

Na página 11 há breve apresentação da primeira edição do Manual Geral. Segue figura 2 com o texto na íntegra:

**Figura 2** – Apresentação do Manual Geral da Redação de 1984

*Este MANUAL GERAL, não substitui um curso de jornalismo e muito menos supre a vivência prática de redação, indispensável na preparação de um profissional de imprensa. Não preenche tampouco a ausência de uma formação técnica ou cultural sólida e de um domínio seguro sobre o idioma, requisitos preliminares em jornalismo.*

*Seu objetivo é apenas traduzir, em normas empíricas e simples, a concepção de jornal que se procura praticar na Folha. Embora algumas dessas normas revistam um caráter conceitual, ainda assim sua inclusão teve origem em preocupações práticas.*

*Há verbetes que visam a dirimir dúvidas frequentes; outros indicam o procedimento aconselhável em determinadas situações; outros, ainda, consolidam práticas que a tradição vem estabelecendo ou uniformizam o jargão utilizado internamente.*

*Muitos temas não foram objeto de norma porque não havia necessidade concreta que assim exigisse. O MANUAL GERAL não se propõe a esgotar os assuntos que aborda, até porque a Folha é um jornal em desenvolvimento e normas que são hoje adequadas poderão deixar de sê-lo no futuro.*

*Além de definir conceitos e orientar o jornalista que a ele recorre, o MANUAL GERAL serve como base para discussões em torno de problemas do dia-a-dia.*

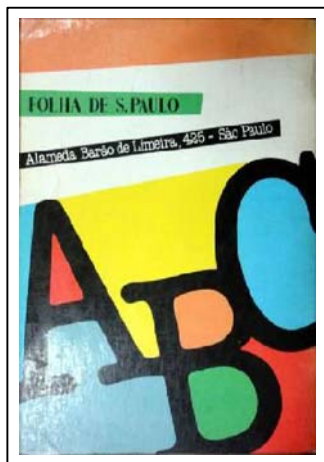
*Os verbetes estão dispostos em sequência alfabética a fim de facilitar as consultas, que não prescindem, naturalmente, do bom senso necessário para solucionar cada caso.*

**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

Da página 13 até 89 se desenvolve o Manual. É, na verdade, um dicionário de palavras do meio jornalístico. Na página 91 está a Bibliografia. A impressão e o acabamento foram feitos na Cia. Lithographica Ypiranga, com 92 páginas.

Na quarta capa, figura 3, há uma faixa em laranja no topo e logo abaixo, na cor preta, o nome Folha de S. Paulo em letras maiúsculas, com faixa em verde, e logo abaixo o endereço do prédio da Folha (Alameda Barão de Limeira, 425 – São Paulo) em fundo vazado em uma faixa preta. Abaixo, em destaque, com o mesmo ângulo e tipografia do FSP da capa, está a sigla ABC. Acreditamos que essa sigla faz referência às palavras de um dicionário, pois o primeiro Manual da Folha era uma espécie de dicionário de termos jornalísticos que auxiliava os jornalistas em dúvidas do dia a dia na redação.

**Figura 3** – Verso do Manual Geral da Redação de 1984



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

Este primeiro Manual foi lançado em uma fase na qual o jornal sofria grande mudança em seu processo de informatização. Essa nova fase permitiu que as edições fossem publicadas de maneira mais rápida e com número de erros minimizado.

Isso leva a crer que o fato de o jornal ter vivido essa revolução tecnológica, motivou a criação de um modo de registrar tais fases, viabilizando mudanças e refletindo sobre o jornalismo da *Folha de S. Paulo*.

Porém, o primeiro Manual contemplava apenas palavras e termos utilizados na redação do jornal. Era bem limitado quanto aos procedimentos gráficos e particularidades da produção jornalística. Servia como dicionário para os novos e mais antigos jornalistas revisarem e tirarem dúvidas quanto à utilização e grafia de palavras. Logo isso será repensado nos próximos Manuais, como se verá em seguida.

#### **4.2. Segundo Manual Geral da Redação, 1987**

O segundo Manual foi publicado em 1987, com o mesmo título e tamanho do primeiro. Eram 214 páginas, bem maior do que o primeiro.

As décadas de 80 e 90 são responsáveis pelas grandes mudanças ocorridas nos meios de comunicação. Com o advento da informática e, posteriormente, sua popularização no mercado, desenvolveram-se novas relações entre o homem, tecnologia e processos comunicacionais. Tais relações trouxeram novos hábitos e fomentaram diferentes formas de comunicar e informar, e as questões relacionadas à Interação Humano-Computador (IHC) passaram a ser discutidas. (THOMAZ e PASCHOARELLI, 2010)

**Figura 4** – Capa do segundo Manual Geral da Redação



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

Como está na figura 4, 40% da capa está preenchido por uma faixa preta no topo. Dentro da faixa preta, vazado, centralizado, com letras maiúsculas e em formato pequeno, o nome Folha de S.Paulo, e logo abaixo e em letras maiúsculas, mas em um corpo grande, o título Manual Geral de Redação. Ao lado do título um quadro indicando a segunda edição – revista e ampliada, quadro com inclinação de cerca de 25 graus para a direita.

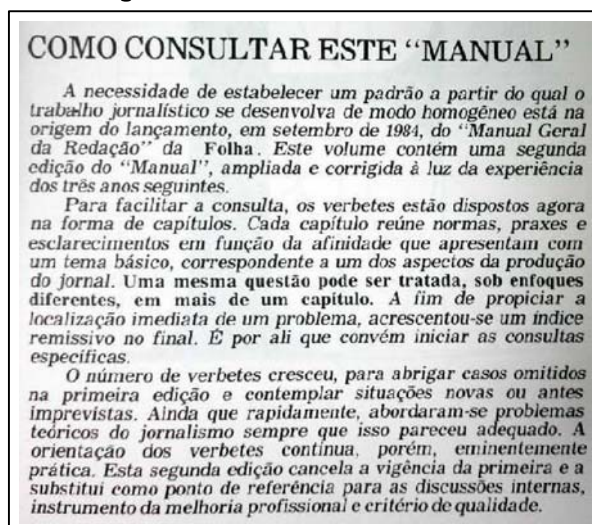
Abaixo e ocupando boa parte da capa há uma ilustração com uma letra “F” em tom cinza (cerca de 70% de preto), maiúscula e com serifa, circundada e traçada com elementos gráficos representados por retas e círculos nas cores vermelha, laranja, amarela, azul e verde. Na base uma faixa na cor preta, de pequena proporção, comparada com a faixa de cima, o ano 1987 em letra vazada.

Na página 2 a mesma frase de Olival Costa e o quadro com os endereços das sucursais vistos na primeira publicação do Manual. Na página seguinte, uma ilustração, espécie de esboço do desenho da capa, conforme está abaixo (imagem 5):

**Figura 5 – Ilustração da página 3**

**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

O índice começa na página 5 e segue até a página 20. Na página 23 há explicação de "Como Consultar Este Manual". Segue abaixo, figura 6, o texto na íntegra.

**Figura 6 – "Como consultar este Manual"**

**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

O índice é dividido em temas. O primeiro é "Política Editorial" e apresenta conceitos sobre artigos, campanhas, editorial, fatos, fechamento, gráficos, informação, jornalismo crítico, transparência etc. Começa na página 27 e vai até a página 36. No segundo item, "Estrutura da Folha", da página 39 à 63, há definições como Acontece, agenda, banco de dados, circulação, computador, editorial, pauta,



suplementos, um jornal a serviço do Brasil etc. O próximo item é “Padronização de Estilo”, ação popular, adjetivos e advérbios, apóstrofo, bibliografia, cabeçalho, editorial, ironia, jargão, linguagem, recontagem, título, verbos declarativos. São alguns temas descritos nesse item, da página 67 à 100. O quarto, Procedimentos Profissionais, da página 103 à 124, descreve A cidade é sua, agenda, banco de dados, fechamento, pauta, texto frio, visitas à Folha etc. O item seguinte são as “Normas Gramaticais”: acentuação, crase, frase, hífen, mal e mau, pontuação, trema etc. Página 127 a 133. Logo após o item: Convenções Gráficas, da página 137 à 146, com alinhar, capitular, chapéu, cor, créditos, justificar, macarrão, *paste-up*, retícula etc. O Vocabulário Jornalístico é o sétimo item (página 149 a 159), com abertura, análise, artigo, boneco, calhau, caixa-alta e caixa-baixa, diagramação, fechamento, legenda, macarrão, tablóide etc. Da página 163 à 195 há os “Anexos”, com itens como palavras estrangeiras sem aspas e aportuguesadas, siglas, pesos, medidas, horário mundial etc. Finalmente, o nono e último item, o Índice Remissivo, na página 197. A impressão e o acabamento foram feitos pela Cia Lithographica Ypiranga. Na quarta capa (*figura 7*) há a reprodução da capa 1, em preto, branco e tons de cinza, e o quadro, que na capa indicava 2ª edição revista e ampliada, dessa vez é necessário para o endereço e telefone do jornal.

**Figura 7** – Quarta Capa do Manual de 1987



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

O segundo Manual, lançado em 1987, foi publicado quando o jornal lançou o sistema de cadernos alfanuméricos. O sistema é utilizado até os dias de hoje (2011), pois facilita ao leitor encontrar com mais facilidade as matérias, de acordo com o seu grau de interesse.

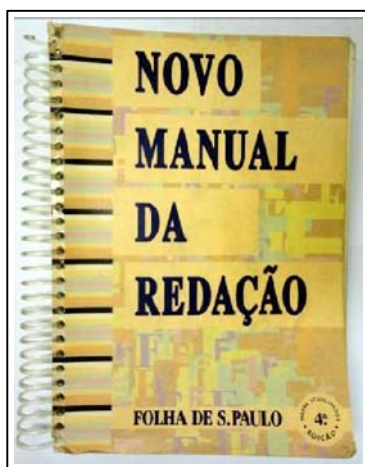
Nessa fase, a diagramação é feita de forma mais “leve”, com fotos maiores e áreas em branco, chamadas áreas de respiro, como apresentado no capítulo 2, página 34, figura 20.

No mesmo ano, o jornal inicia o processo de socialização dos *Manuais da Redação*, tentativa para a *Folha de S. Paulo* ser vista como referência no fazer jornalismo, a fim de outros jornais seguirem o “jeito Folha” de fazer jornal. Por isso, neste Manual, a Folha não se resumiu em publicar apenas os significados de palavras, mas conceitos e noções gráficas de como diagramar, ilustrar matérias e confeccionar o jornal, preocupação em abordar os caminhos percorridos da concepção das matérias ao produto final, que é o jornal impresso e entregue nas bancas.

#### 4.3. Terceiro Manual Geral da Redação, 1992

O Terceiro Manual (*figura 8*) foi lançado em 1992, com o título de “Novo Manual de Redação”, medindo 15,5 centímetros de largura x 21,5 centímetros de altura. Seguiu a mesma tendência do segundo, aumentando o número de páginas (eram 332 páginas, encadernado em espiral; os dois primeiros Manuais foram encadernados com o uso de cola).

**Figura 8** – Capa do terceiro Manual da Folha, 1992



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*



A capa acima tem o tom amarelo como cor predominante, uma faixa vertical medindo dois centímetros e preenchida com várias faixas pequenas na horizontal, com pouco mais de 0,5 centímetros, em tons de amarelo, verde, lilás e preto. No restante da capa há um mosaico ao fundo, com inúmeras letras “F”, de vários tamanhos, com e sem serifa, nas mesmas cores das faixas menores citadas acima. Há quatro faixas em amarelo, em cada uma delas, separadamente, uma abaixo da outra, o título “Novo Manual da Redação”, na cor azul, e na base o nome *Folha de S. Paulo*, centralizado, na cor azul, letras maiúsculas, e uma faixa amarela como pano de fundo. E um selo no canto inferior direito, indicando o número da edição do Manual.

Na parte interna (folha de rosto), está escrito “Novo Manual de Redação”, em seguindo os Dados Internacionais de Catalogação na Publicação, e nas duas páginas seguintes algumas frases de reflexão de autores como Karl Kraus, Thomas Jefferson, Shakespeare, Voltaire, Monteiro Lobato, Goethe, Proust etc.

O índice dessa vez está em apenas uma página, como mostrado abaixo, figura 9:

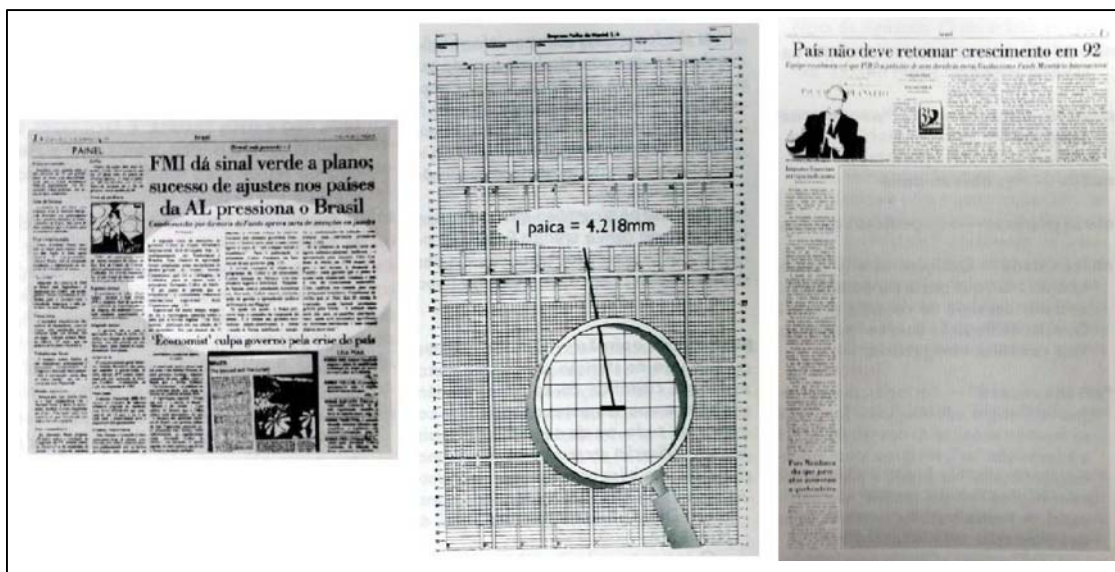
**Figura 9** – Página no índice do terceiro Manual da Folha, 1992

Í N D I C E	
Introdução	7
Como consultar este manual	9
Projeto Folha	11
Produção	25
Texto	45
Edição	119
Anexos:	
• jurídico	173
• mapas	177
• fusos horários	187
• os países	190
• gentílicos	219
• transliterações	221
• militares	224
• grandezas	227
• distâncias BR	228
• distâncias SP	234
• mapas SP	240
• tabelas de medidas	242
• temperaturas	244
• siglas	245
• hifens	262
• estrangeirismos	264
• termos politicamente corretos	270
Bibliografia	271
Índice onomástico e remissivo	275

**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

Na página 7 há a “Introdução”, página 9, “Como consultar esse Manual”; na página 11 o “Projeto Folha”, explicação de como o jornal trabalha e aborda os temas; página 25, “Produção”, que auxilia os jornalistas a escreverem as matérias; página 45, “Texto”, com detalhes sobre a construção de textos simples e coerentes; página 119, “Edição” mostra como são montadas as páginas dos jornais com os textos dos profissionais da redação (*figura 10*). “Anexos”, da página 173 à 270, seguidos por “Bibliografia”, 271, e “Índice onomástico e remissivo”, página 275.

**Figura 10** – Montagem de algumas páginas do item “Edição”



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Na parte dos “Anexos” está o primeiro registro dos infográficos, como diferentes maneiras de noticiar e esquematizar informações. Segundo o jornal, são eficientes e agradáveis para a leitura. Seguem exemplos dos dois modelos de infográficos daquela fase do jornal (*figura 11*).

**Figura 11 – Exemplos de Infográficos no Manual de 1992**



Fonte: Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Nas páginas finais do Manual, encontramos o primeiro indício da tentativa de interação e participação dos leitores com os Manuais. Usa o padrão Cartão Resposta do serviço dos Correios, com despesa paga pela Empresa Folha da Manhã S/A (figura 12). A iniciativa visa incentivar os leitores a escreverem sugestões para a edição seguinte do Manual.

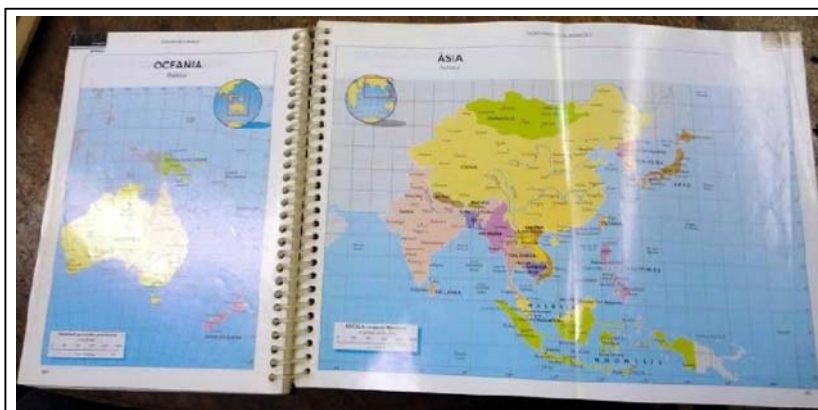
**Figura 12 – Cartão Resposta, serviço dos Correios**



Fonte: Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

O Terceiro Manual é o primeiro com páginas em cores. Nele há mapas de regiões do Brasil e do mundo, coloridos e com papel couchê com brilho, como mostra a figura 13:

**Figura 13 – Exemplo de mapas coloridos**

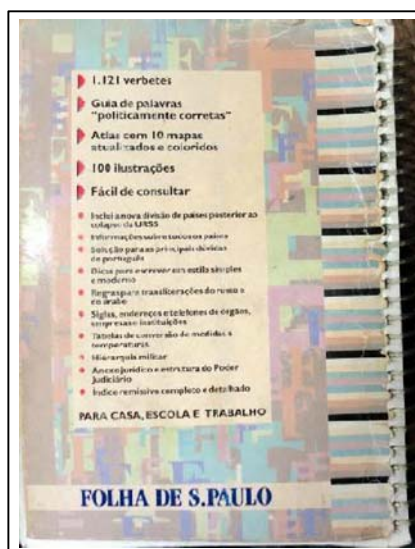


**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

A impressão foi feita pela Companhia Litográfica Ypiranga, em março de 1992, mostrando toda a influência tecnológica da época. Esse Manual estava disponível em versão modificada e adaptada para microcomputadores IBM-PC ou compatíveis.

Na quarta ou última capa (*figura 14*) está o resumo do conteúdo do Manual: 1121 verbetes, guia de palavras “politicamente corretas”, atlas com 10 mapas atualizados e coloridos, 100 ilustrações etc.

**Figura 14 – Quarta capa do terceiro Manual da Folha**



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

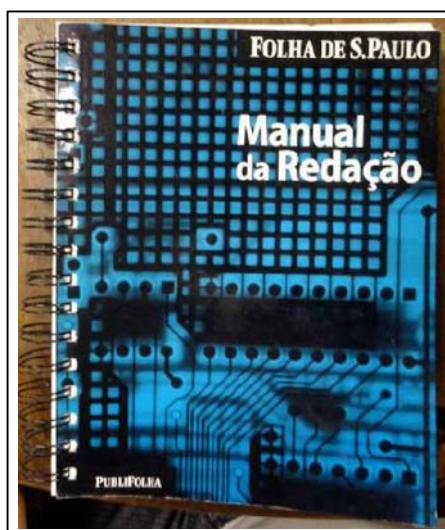
O Terceiro Manual reforça a ideia de que o jornal se preocupa em transmitir conceitos e recursos de produção gráfica aos profissionais da área, como é mostrado, nas figuras 10 e 11.

Nessa fase o jornal foi completamente modulado para facilitar o preenchimento dos espaços e a diagramação dos conteúdos, dando agilidade à produção de ilustrações e infográficos, que já eram utilizados em grande número na época. Essa modulação servia para controlar a quantidade de textos que os jornalistas escreviam, de acordo com o espaço previamente estabelecido.

#### 4.4. Quarto Manual Geral da Redação, 2001

O Quarto Manual (*figura 15*) foi lançado no ano de 2001, sob o título “Manual da Redação”. A medida da capa é 16,5 centímetros de largura x 21,5 centímetros de altura, pouco maior que o Terceiro Manual (no tamanho e na quantidade de páginas), com 392 páginas, encadernado em espiral, as quatro capas em papel duplex com verniz.

**Figura 15** – Capa do Quarto Manual, 2001



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

A ilustração da primeira capa se repete nas três capas, predominando o azul e preto, o desenho lembra chips eletrônicos ou esquemas gráficos interligados. No



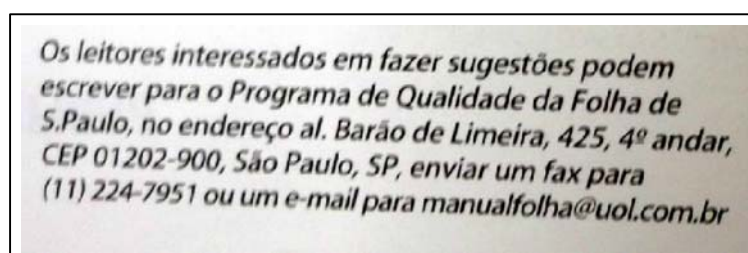
canto superior direito da página está o nome Folha de S.Paulo dentro de um quadro preto; logo abaixo, “Manual da Redação”, alinhado ao quadro preto acima e bem menor. No canto inferior esquerdo da página o nome PubliFolha, dentro de um quadro preto. Tudo isso em letras vazadas.

Na parte interna (folha de rosto), os nomes Folha de S.Paulo e Manual da Redação, que se repetem na página seguinte, acrescentando apenas PubliFolha na base da página.

Na página seguinte, o expediente do Grupo Folha, e em letras menores os Dados Internacionais de Catalogação na Publicação, dados referentes ao PubliFolha, como endereço, telefone e endereço eletrônico.

Como no Terceiro Manual, interessado em permitir aos leitores enviar sugestões, o jornal coloca à disposição endereço e e-mail, como na reprodução (figura 16) abaixo:

**Figura 16** – Reprodução do Manual de 2001



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

O índice é bem diferente dos demais. A foto abaixo (figura 17) mostra que o índice está dividido por temas, cada tema representado por uma cor associada ao conteúdo do Manual. Por exemplo: o item “Projeto Folha” é representado pela cor amarela, “Procedimentos” em laranja, “Padronização de Estilos” em vermelho, “Folha” em lilás, “Anexo Gramática” em azul e “Índice Analítico” em preto.

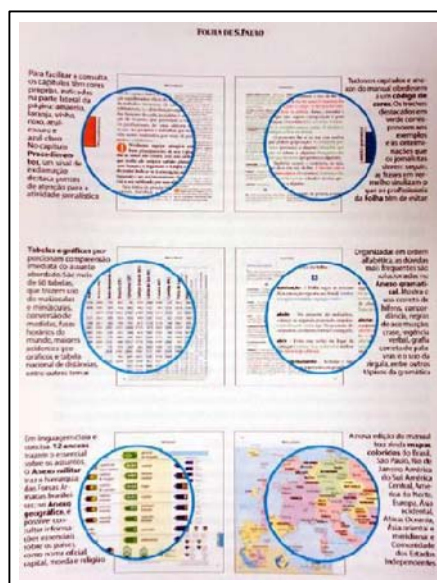
**Figura 17 – Índice do Manual de 2001**

7	Introdução
8	Como consultar este manual
12	<b>PROJETO FOLHA</b> Projeto editorial de maior jornal do país
19	<b>PROCEDIMENTOS</b> Preceitos do projeto editorial aplicados no dia a dia
50	<b>PADRONIZAÇÃO E ESTILO</b> Convenções e recomendações para escrever um texto claro
706	<b>FOLHA</b> Estrutura do jornal e do Grupo Folha
110	<b>ANEXO GRAMATICAL</b> Soluções para os problemas gramaticais mais comuns
ANEXOS	
147	Legislativo
155	Jurídico
167	Militar
171	de Religiões
191	Médico
211	Matemático e estatístico
229	Geográfico
314	Econômico
329	Transliterações
332	Estrangeirismos
338	Síglas
361	Índice analítico

Fonte: Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

Na página 7 há a introdução, e nas páginas 8 e 9 o item “Como consultar este Manual”, com ilustrações autoexplicativas, facilitando a identificação e o estudo (figura 18). Isso é novidade no Quarto Manual, auxiliando a busca e consulta dos conteúdos.

**Figura 18 – Ilustrações do “Como consultar este Manual”**



Fonte: Banco de Dados da *Folha de S. Paulo*

O Quarto Manual é todo em cores (capas e parte interna), com os mesmos mapas de regiões do Brasil e continentes do Terceiro Manual de 1992 (*figura 13*).

Na contracapa (*figura 19*) há a mesma ilustração das demais capas desse Manual, nas cores preta e azul, como dito anteriormente, mas com o acréscimo de uma faixa em preto na lateral direita, na vertical, com aproximadamente 10 centímetros. Dentro da faixa preta e alinhado à direita há em texto vazado “Manual da Redação”, “Projeto editorial da Folha de S.Paulo”, “Como aplicar no dia a dia os preceitos do projeto editorial”, “Convenções e recomendações para escrever um texto claro”, “História e estrutura do jornal e organização do Grupo Folha”, “Anexo gramatical com 130 verbetes e exemplos”, “Anexos legislativo, jurídico, militar, de religiões, médico, matemático e estatístico, geográfico, econômico, de regras para transliteração, estrangeirismo e siglas”. Abaixo o código de barras para registro ISBN e comercialização e, por fim, o logotipo da *Folha de S.Paulo*.

**Figura 18** – Quarta capa Manual de 2001



**Fonte:** Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*

Esse livro foi composto nas fontes Folha Minion e Folha Myriad e impresso pela Gráfica Círculo, São Paulo, sobre papel couchê fosco 90g/m<sup>2</sup>, com fotolitos fornecidos pela PubliFolha.

O Manual de 2001 foi reeditado e republicado com pequenas alterações de texto em seu conteúdo, respeitando a diagramação e projeto gráfico em 2006.



Encontra-se hoje, outubro de 2011, em sua 16ª edição, segundo o Banco de Dados da *Folha de S.Paulo*.

No mesmo ano a Folha mudou os logotipos dos cadernos destinando, mais uma vez, atenção especial ao acabamento gráfico do jornal. Esse Manual de Redação é nitidamente a versão com melhor tipo de impressão e acabamento de alta qualidade. Nas figuras 17 e 18 o Manual usa infográficos autoexplicativos para dinamizar a leitura e entendimento.

A *Folha de S.Paulo* usou os Manuais para instrumentalizar e viabilizar as mudanças gráficas ao longo de toda a sua história. Há valorização gradativa no que se refere à produção gráfica, como cores, tipografia, design etc. Os Manuais são parte integrante das mudanças e refletem todo o processo.

## 5. INFLUÊNCIAS DO ON-LINE E OFF-LINE: TENDÊNCIAS DO JORNALISMO IMPRESSO

O número de pessoas no Brasil com acesso à internet em domicílio e no trabalho é de 77,8 milhões (aproximadamente 38% da população brasileira), conforme dados de 2011 publicados no site do Ibope ([www.ibope.com.br](http://www.ibope.com.br)). Esses números crescem de forma extraordinária, e já é possível prever que nos próximos anos chegue a 100 milhões de internautas, produzindo conteúdo e gerando visitaçaõ a muitos sites por todo o mundo. Essa realidade fez com que os jornais impressos refletissem e trouxessem grandes mudanças para se adequar à nova realidade midiática.

Porém, o crescimento não é recente. Em 2002, Alzira Abreu indicava a mudança, com o aparecimento de sites de diferentes propósitos, nascendo com grande frequência, como, por exemplo, portais de notícias e sites institucionais dos governos municipal, estadual e federal. Isso permitia que as pessoas tivessem acesso a diferentes tipos de informação, com rapidez e eficiência. Em 2002, no entanto, apenas 6% da população tinha acesso à internet (Abreu 2002).

O termo *on-line* significa “estar em linha”, ou “estar ligado à rede ou a outro computador”. *Off-line* é usado para dizer que o usuário não está conectado à internet. Publicidade *off-line* é anúncio publicado em revista impressa, ou seja, a mídia impressa é um tipo de mídia *off-line*. Outros exemplos *off-line* são peças de caráter publicitário ou jornalístico: jornais, revistas, folhetos, malas-diretas, fôlderes, panfletos, cartazes, encartes etc. (Ferrari 2004).

A internet foi inventada, em 1969, pelo *Advanced Research Projects Agency* (ARPA – Agência de Pesquisa e Projetos Avançados), organização do Departamento de Defesa Norte-americana, que desenvolvia pesquisas de informações para o serviço militar. O mesmo departamento criou a Arpanet, rede de computadores que possibilitava a comunicação em momentos emergenciais caso os Estados Unidos sofressem qualquer tipo de ameaça, principalmente vindas da União Soviética. Com o passar dos anos, a transmissão de informações cresceu de maneira muito rápida, possibilitando novos usuários dessa tecnologia. Os novos

usuários eram principalmente pesquisadores universitários que usavam o recurso para transferir trabalhos na área de defesa e segurança. A principal utilização da internet nessa época era a transmissão de informações militares, embora usada pela comunidade acadêmica (Ferrari 2004).

Uma das grandes vantagens da internet é seu baixo custo de manutenção. É possível dizer, por meio de nossas pesquisas, que foi um dos grandes atrativos que fizeram com que os jornais impressos migrassem para esse caminho.

A internet se transformou em um ícone de modernidade, pois consegue reunir diferentes tipos de mídia na mesma plataforma. É possível inserir em uma mesma página do site texto, imagem, áudio e vídeo, com custo bem mais reduzido se comparado aos preços de manutenção de uma estação de rádio ou canal de televisão. Outro ponto positivo de um site é que não é preciso um grande espaço físico para a montagem de servidores e computadores a fim de alimentar e atualizar o conteúdo (Abreu 2002).

Ferrari (2004) cita o episódio dos atentados terroristas nos Estados Unidos em 2001, quando a internet serviu como fonte de informação de massa para milhares de pessoas em todo o mundo. Segundo a autora, a maioria dos cidadãos comuns estava no trabalho no horário do acidente e não contavam com um aparelho de TV ao alcance dos olhos. A autora cita como site pioneiro em interação e conteúdo o *The Wall Street Journal*, figura 1, lançado em março de 1995.

**Figura 1** – Capa atual do site do jornal americano “*The Wall Street Journal*” (2012)



Fonte: [www.online.wsj.com](http://www.online.wsj.com)

O primeiro jornal brasileiro a implantar a versão digital, ou seja, versão *on-line* de seu jornal impresso, foi o Jornal do Brasil, em 1995, maneira que o jornal encontrou de oferecer todo o conteúdo para os leitores terem acesso às matérias com qualidade e rapidez. O caminho foi fielmente seguido por vários outros jornais para seus consumidores ficarem satisfeitos e os jornais ganharem maior visibilidade (Abreu 2002).

No tópico “Como escrever notícias para a internet – jornalista digital”, do livro *Jornalismo digital*, Ferrari ressalta que os elementos que compõem o conteúdo *on-line* vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa – textos, fotos e gráficos, sendo adicionadas sequências de vídeos, áudios e ilustrações animadas. A diferença desse “jornalismo digital” precisa ser desenvolvida em visão multidisciplinar, com noções comerciais e de marketing. É algo tão presente que a disciplina “jornalismo digital” está em alguns dos principais cursos de Comunicação do país. A autora foi diretora do portal IG em 2000 e afirma ser bastante intenso o trabalho em uma plataforma *on-line* “*é muito mais corrido do que trabalhar em mídias tradicionais como TV, jornais, revistas e rádio off-line* (2004). O portal é um site com extenso conteúdo, bem diversificado, para visitação. A partir dele o internauta tem a opção de navegar em outros sites por meio de links. Alguns exemplos: [www.uol.com.br](http://www.uol.com.br), [www.terra.com.br](http://www.terra.com.br), [www.ig.com.br](http://www.ig.com.br).

Não apenas por pensamentos e suposições que essa m dia se projeta. Segundo Abreu, não   possível prever as consequências que a internet causa nas pessoas e nos meios mais tradicionais de comunicação.

Para Santaella (2004), o leitor que migra do jornal impresso para o jornal *on-line* se depara com um ambiente complexo, repleto de imagens, vídeos, sons e textos. Logo, percebe que o ato de tocar e folhear um jornal impresso foi substituído por cliques no mouse ou mesmo toque com os dedos na tela do computador.

O termo “em tempo real” é usado constantemente quando se fala em internet, por causa da grande facilidade e agilidade que os jornais têm de atualizar e alimentar o portal com informações diversas, corrigindo erros e minimizando os custos com “erratas” em matérias publicadas com erros. Outro dado importante é que o leitor e/ou internauta escolhem o tipo de leitura - linear ou não linear – que fará no site, pois é dele o caminho de navegação dos conteúdos.

Uma das grandes características na produção jornalística para a internet é que o jornalista deve considerar a não linearidade na leitura para quem lê a notícia. O leitor tem muitas “opções de fuga” para buscar o que realmente lhe interessa (Santaella 2004).

Mais um dado importante a ressaltar é que o acesso a todo tipo de material presente na internet é feito por qualquer computador, desde que conectado à internet e em qualquer lugar do planeta, com rapidez e praticidade. O mesmo portal de notícias que acessamos no Brasil é acessado em qualquer lugar do planeta, sem a perda de informação – isso torna a informação cada vez mais palpável e acessível.

De acordo com Thomaz e Paschoarelli:

O acesso às informações na rede pode ocorrer a qualquer momento, em quase todo lugar, por qualquer pessoa que disponha de um computador conectado. As informações transitam com grande rapidez, e tais aspectos apresentam sua influência na sociedade atual, consolidando-a como um ambiente propício para receber e trocar dados de maneira direta, rápida e sem obstáculos. Nesse sentido, faz-se necessário enfatizar sua representatividade diante das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs), evidenciando suas principais características que correspondem a uma comunicação sem fronteiras e espaço ilimitado. (THOMAZ e PASCHOARELLI, 2010)

A infinidade de possibilidades que a internet permite com a inserção de diferentes tipos de mídia, como som, áudio e imagem, facilita a publicação *on-line* dos conteúdos. A rápida e efetiva interação por parte dos leitores, de maneira ágil e constante, torna o conteúdo *on-line* um ambiente mais participativo e envolvente. Abaixo, três exemplos de sites de grandes jornais impressos no Brasil. As figuras 2, 3 e 4 são montagens gráficas que possibilitam ainda a comparação do jornal impresso (*off-line*) e sua respectiva versão na internet (*on-line*). No lado esquerdo das figuras há a imagem do jornal impresso, vendido em bancas, e do lado direito a versão *on-line* do jornal digital disponível na internet.

Nos três exemplos utilizados para demonstrar as duas versões dos jornais, o endereço eletrônico não corresponde exatamente ao nome dos veículos de comunicação. O endereço eletrônico da *Folha de S.Paulo* é [www.folha.com](http://www.folha.com), no do Jornal do Brasil estão as iniciais - [www.jb.com.br](http://www.jb.com.br), e, finalmente, o jornal O Estado de S.Paulo é acessado pelo endereço [www.estadao.com.br](http://www.estadao.com.br). O que é compreensível,

pois se trata na verdade de outra mídia.

Figura 2 – À esquerda, capa do jornal *Folha de S.Paulo*, e à direita capa do site *folha.com*



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

Figura 3 – À esquerda, capa do Jornal do Brasil, e à direita capa do site *jb.com*



Fonte: [www.jb.com.br](http://www.jb.com.br)

**Figura 4** – À esquerda, capa do Jornal O Estado de S.Paulo, e à direita capa do site estadão.com



Fonte: [www.estadao.com.br](http://www.estadao.com.br)

A adaptação no nome do *off-line* para o *on-line* é bem comum para quem está acostumado ao universo da internet. Quando se quer comprar o jornal impresso basta dizer o nome do periódico, e logo o jornal será entregue, sem problemas. Na internet, se se digitar o nome com uma única letra trocada ou errada não haverá acesso àquele determinado site. Para evitar problemas na digitação, o recurso usado por esses veículos de comunicação é facilitar ao máximo o endereço virtual, resumir e evitar palavras mais complexas para a digitação.

Essa avançada tecnologia de atualização de conteúdos via internet só é possível havendo uma equipe jornalística atuante e participativa. A versão *on-line* de notícias é um facilitador, e não faz milagres; portanto, a qualidade de bons profissionais tem como resultado um bom trabalho publicado. A quantidade de espaço para armazenamento de conteúdo é quase infinita, pois grandes servidores norte-americanos e europeus disponibilizam discos para guardar todos os tipos de informações e arquivos.

Segundo Ana Paula Machado Velho,

A tecnologia da Web permite, ainda, a instantaneidade da notícia, que pode ser atualizada constantemente pelas equipes das redações. Há também a capacidade, quase infinita, de memória que o ciberespaço oferece, por meio da qual os sites noticiosos disponibilizam um número incalculável de informações produzidas pela equipe em outras edições, num imenso banco de reportagens. Por fim, tem-se a interatividade, que merece uma atenção especial na Web. Essa característica permite que o leitor/usuário interaja com a informação. No web jornalismo, ele pode acessar a reportagem de



forma não hierarquizada, a partir de qualquer um dos links que compõem a narração de determinado assunto. Além disso, pode criticar a cobertura, comentar a reportagem e até oferecer detalhes sobre o que está sendo tratado. Para isso, existem os fóruns, os chats, as enquetes, as listas de discussão e os e-mails dos jornalistas e editores, para que a audiência entre em contato. (Velho, 2007)

Ainda segundo Velho:

A multimídia é a possibilidade de convergência de mídias que o suporte computador oferece. Os formatos da TV, rádio e impresso se acomodam na Web para a narração do fato jornalístico. Essa característica é proporcionada pela digitalização dos conteúdos, que podem circular em diferentes plataformas, em som, texto e imagem. A hipertextualidade oferece a possibilidade de as matérias, reportagens e artigos se desdobrarem em pequenos módulos ou arquivos, além de serem contextualizadas com links para produtos redigidos em momentos anteriores e até para bancos de dados e outros sites. (Velho, 2007)

Os hyperlinks constituem um capítulo à parte na obra de Ferrari (2004), pois no *off-line* o leitor, muitas vezes, fica preso a uma leitura linear (ler um texto com começo, meio e fim). Nos textos na internet é possível saltar de um lugar para outro, por páginas diferentes, temas e línguas distintos e países distantes, por meio dos recursos dos hyperlinks.

O jornalismo sofre com a produção de conteúdo sem qualidade, sem credibilidade, cheio de inverdades. Acredita-se que isso acontece no *on-line* e no *off-line*, por isso deve-se filtrar e saber escolher quais matérias publicadas apresentam coerência, coesão e refletem adequadamente a realidade. Em 1987, Luiz Amaral comentava as mazelas da imprensa brasileira:

Na imprensa brasileira reina também a desigualdade. Pequena parte da informação é atual, bem-feita, digerida e entregue ao público sem a mácula da repetição. Ponderável parte, porém, é repetição pura e simples da notícia e da análise anteriormente processadas pelos grandes e pequenos setores empresariais, com ajuda dos serviços de relações públicas e divulgação (Amaral, 1987).

O jornalismo *on-line* está mais preocupado com a opinião dos leitores, que opinam, colaboram, criticam e participam em tempo real de todas as matérias



publicadas pela mídia. Essa interatividade tem forte influência no que será produzido e publicado no jornal *on-line*.

Porém, para desenvolver um site é essencial muito mais do que o entendimento das aspirações e anseios dos leitores. É preciso levar em conta aspectos técnicos que tornam a navegabilidade do site mais dinâmica com design atraente, respeitando os vários perfis de usuários (Thomaz e Paschoarelli 2010), tal como tentou-se chamar a atenção nas análises do projeto gráfico de 2010 da *Folha de S.Paulo*.

A tecnologia é grande agente na transformação dos meios de comunicação, com impacto na economia. Os avanços contínuos abordados neste trabalho possibilitaram novos caminhos e resultados cada vez mais satisfatórios. Desenvolvimento que possibilitou mudança considerável desde o momento em que a *Folha de S.Paulo* lançou seu primeiro jornal, e mais de 90 anos depois, como mudou não apenas o visual, mas nos procedimentos jornalísticos, produção e sistema de distribuição do produto final. O registro de todos esses momentos históricos faz parte do processo de estudo da evolução gradual das mídias comunicativas. A internet é o mais recente impulsionador das mudanças. Os estudos levam a crer que a internet, por ser um tipo de plataforma em constante expansão, indica novos estudos e novas descobertas.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como assinalado anteriormente, o jornal *Folha de S. Paulo* é um dos mais influentes do Brasil, com tiragem significativa e mais de 90 anos de história. A *Folha*, como vimos, passou por diversas reformas gráficas e editoriais ao longo de todos esses anos. As mudanças mais significativas mostradas neste trabalho podem não ser perceptíveis aos olhos da maioria dos leitores, mas se revelaram relevantes para o desenvolvimento do jornal. Cada mudança decorreu de necessidades específicas, seja de ordem da feitura do jornal, ou editorial, gráfica, até mesmo de distribuição.

Analisou-se, no segundo capítulo, o retrospecto de dez mudanças básicas pelas quais passou o jornal e como isso refletiu na produção e adaptação às novas realidades midiáticas. Nossos estudos levam a crer que as mudanças foram as mais importantes desde a fundação da *Folha*.

A promessa da *Folha de S. Paulo*, a partir do projeto gráfico de 2010, analisado no capítulo 3, segundo o *folha.com*, era aumentar a legibilidade de textos e de infografias, aperfeiçoar a organização dos elementos que integram uma página, hierarquizando melhor o noticiário (estratégias da diagramação), reforçar a unidade entre cadernos e páginas, para a identidade do jornal prevalecer. As avaliações aqui elencadas corroboram que grande parte desses propósitos foi cumprida, e que o último projeto representa uma espécie de coroamento de todas as fases pelas quais o jornal passou.

De acordo com nosso trabalho, a intenção da *Folha de S. Paulo* em aumentar a legibilidade de textos e das infografias foi contemplada pelo projeto gráfico de 2010, pois os textos ficaram menores, a tipografia foi aumentada e criadas áreas de respiro nas páginas. Os infográficos são cada vez mais utilizados pela *Folha*. O que demonstra que o jornal acredita que eles são a maneira mais fácil de transmitir informações com recursos gráficos. Os infográficos são formas mais sistematizadas de expor dados, e o uso de cores e ilustrações desperta o interesse dos leitores. As análises deste trabalho têm o objetivo de comprovar que o jornal, ao adotar o sistema de modulação na diagramação (tema estudado no capítulo 3) optou por uma melhor organização e integração de todo o veículo. Por fim, constatou-se que o

cabeçalho de cada caderno, todos eles criados no projeto gráfico de 2010, possibilitou maior identidade visual entre as editorias.

Os *Manuais de Redação da Folha* foram, entre outros aspectos, são uma forma que o jornal encontrou para registrar e refletir as mudanças gráficas. Em cada Manual, evidencia-se que a *Folha* mostrou preocupação em fornecer informações, não apenas conceituais, a respeito de jornalismo, e sim de “como fazer” o jornalismo do “jeito” *Folha de S. Paulo*. Os Manuais foram socializados e colocados à venda para se ter a noção de um jornal dentro dos padrões da *Folha*. Neles há desde tradução de termos jornalísticos até pormenores gráficos relacionados à produção operacional do produto final – o jornal impresso.

Analisou-se ainda que a *Folha* enfatiza, já há longo tempo, a utilização de recursos visuais. Por meio da inserção de infográficos, fotografias cada vez maiores e charges, a *Folha* demonstrou um tipo específico de linguagem comunicativa para com os leitores.

Notamos ainda a preocupação em publicar as matérias na internet, cada dia mais inserida na vida das pessoas, o que merece estudo mais aprofundado e direcionado.

Um dos problemas da internet é que ela é tão facilmente atualizável e manipulável que, em certos momentos, chega-se a duvidar da credibilidade da notícia. A internet cria mundos e pessoas que, na realidade física, talvez não sejam como aparentam na virtualidade. Joly, a respeito, frisa:

Programas cada vez mais poderosos e sofisticados permitem criar universos virtuais que podem apresentar-se como tal, mas também falsificar uma qualquer imagem aparentemente real. Toda a imagem é a partir de agora manipulável e pode alterar a distinção entre real e virtual. (JOLY, 1999)

Outro ponto a ser citado é a incerteza do futuro do jornal ou qualquer tipo de suporte comunicativo. Chegou-se a supor que o jornal impresso *off-line* iria acabar a partir do aparecimento do jornal *on-line* na internet, o que não aconteceu. De acordo com Johnson:

A natureza dinâmica, mutável e imprevisível das redes telemáticas tem se traduzido num desafio para os pesquisadores do campo da Comunicação Social em mapear padrões e identificar tendências sobre os próximos passos na história evolutiva dos processos de comunicação e sociabilidade humana. (JOHNSON 2007)

Considerando toda a evolução tecnológica do jornal impresso, as duas imagens seguintes têm significativa importância, pois traduzem a expectativa da *Folha* em relação ao futuro do jornal impresso.

Na *figura 1*, o cartunista de 14 anos, João Montanaro, faz ilustração alusiva à mudança causada pela tecnologia na mídia impressa. Um leitor, sentado em uma pilha de jornais impressos, com um *tablet* nas mãos, lê a *Folha* em versão digital. O que atesta a consciência da *Folha* a respeito do futuro que já está sendo vivido.

A ilustração comemora os 90 anos do jornal e apresenta novos patamares da tecnologia inserida na comunicação.

**Figura 1** – Ilustração do cartunista João Montanaro



Fonte: [www.folha.com](http://www.folha.com)

A *figura 2* apresenta o banner da página principal do site [www.folha.com](http://www.folha.com), relacionada aos 90 anos do jornal (acesso em março de 2012). Nessa página há todo o acervo dos jornais em versão digital, fatos históricos e curiosidades dessa empresa jornalística. No lado esquerdo do *banner* há o logotipo criado pela *Folha*

em comemoração ao aniversário. E capas diagramadas para serem lidas da esquerda para a direita, indicando todo o processo de evolução do jornal até chegar à tecnologia digital. Se possível, já no ano de 2010, ler o jornal na versão digital por meio de um *tablet*.

**Figura 2** – Banner de capa do site da *Folha.com*



**Fonte:** [www.folha.com](http://www.folha.com)

Estas pesquisas motivaram o aprofundamento de cada tópico das reformas apresentadas pelo jornal, buscando diferentes caminhos e opiniões em outros autores para alicerçar as próprias análises. Há certamente muito a ser estudado sobre o tema, e este trabalho representa apenas pequena contribuição para trabalhos futuros.

## 7. REFERÊNCIAS

ABREU, A. A. de. **A modernização da imprensa (1970-2000)**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

AMARAL, L. **Técnica de jornal e periódico**. 3ª edição. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1986.

BARROS, D. L. P. de. **Teoria semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 1990.

CARDOSO, J. B. F. **Olhares semióticos sobre a comunicação visual**. 2007. Disponível em <[http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Discurso/ponencias/GT8\\_2Cardoso.pdf](http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Discurso/ponencias/GT8_2Cardoso.pdf)>. Acesso em: 05 de Jul. 2011.

De PABLOS, J. M. de. **Infoperiodismo: el periodista como creador de infografía**. Madrid: Editorial Síntesis, 1999.

DONDIS, D. **A sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2004.

FIORIN, J. L. **Elementos de análise do discurso**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 1993.

FOLHA DE S.PAULO, **Manuais de Redação**, Edições de 1984, 1987, 1992 e 2001.

FONSECA-SILVA, M. da C; SANTOS, J. V. **Notícia de jornal impresso e a relação entre a linguagem verbal e não verbal**. Anais do 6º Encontro Celsul - Círculo de Estudos Linguísticos do Sul. Florianópolis: UFSC, 2006.

GONÇALVES, A. P. M. da R. S. **A interação comunicacional**. Actas do X Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia. Braga: Universidade do Minho, 2009.

JOHNSON, T. S. P. **De quem é a língua? Interações comunicativas e conflitos linguísticos na Wikipédia Lusófona**. In MARTINS, M. de L; 2007.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. Lisboa: Edições 70, 1999.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RAMOS, C. M. da S. **Publicidade em revista do mundo dos negócios: o entrelaçamento teórico nas produções argumentativas**. Abordagens metodológicas em estudos discursivos. São Paulo: Paulistana, 2010, p. 73-81.

RIBEIRO, M. **Planejamento visual gráfico**. 7ª ed. Brasília: Linha Gráfica Editora - LGE, 1998.

SANTAELLA, L. **Antecedentes da alinearidade hipermidiática nas mídias mosaíquicas**. In: BRASIL, A. et al. (Orgs.) *Cultura em fluxo: novas mediações em rede*. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, 2004.

SANTAELLA, L. **Corpo e Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2004.

SILVA, T. D. da. **Os manuais da imprensa no Brasil: da redação à circulação pública**. In: ORLANDI, E. P. (org.) *História das idéias linguísticas: construção do saber metalinguístico e constituição da língua nacional*. Campinas: Pontes; Cáceres, MT: UNEMAT Editora, 2001.

THOMAZ, D. de A. P.; PASCHOARELLI, L. C. **Características da interface dos sites de notícias:** um estudo do design e da usabilidade de jornais impressos e eletrônicos. Bauru: Revista Educação Gráfica da UNESP, n. 1, v. 14, 2010.

VELHO, A. P. M. **Jornalismo hipermídia: desenhando a notícia científica na web.** Tese (Doutorado em Comunicação Social) apresentada à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo: PUC, 2007.

Sites:

[www.folha.com](http://www.folha.com)

[www.ibope.com.br](http://www.ibope.com.br)

[www.ib.com.br](http://www.ib.com.br)

[www.estadao.com.br](http://www.estadao.com.br)

[www.online.wsj.com](http://www.online.wsj.com)

Visita ao Banco de Dados da Folha nos dias 11 de março de 2010 e 26 de outubro de 2011.

#### **Banco de Dados da Folha S.Paulo**

Alameda Barão Limeira, 425 – São Paulo – CEP 01202-001

F: (11) 3222-7114 - [bibliobd@grupofolha.com.br](mailto:bibliobd@grupofolha.com.br)