
Visualidade em *O Globo*: estudo exploratório dos anos 1970, 1990 e 2010¹

Ricardo Augusto ORLANDO²
Lais Yuri NAGAYAMA³
Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana-MG

RESUMO

A modernização da imprensa brasileira, a partir dos anos 1950, traz mudanças de ordem empresarial/administrativa, editoriais, profissionais e de linguagem. A dimensão visual dessas transformações assume relevância em especial em suas relações com a produção do acontecimento e a enunciação jornalística. Este trabalho explora a visualidade de primeiras páginas do jornal *O Globo*, tomando seis edições de cada uma das décadas de 1970, 1990 e 2010. Para tanto, de início, recupera momentos relevantes da história do jornal como produto editorial, em particular, mudanças/reformulações ocorridas nestas décadas. Produz uma análise da visualidade dos exemplares escolhidos a partir de modelo de estudo do design de jornais e, ainda, da proposição de visualizações que cruzam temas/editoriais com representações da ocupação do espaço da página, com ênfase no uso de imagens e títulos/chamadas/destaques.

PALAVRAS-CHAVE: Visualidade, *O Globo*, Primeiras páginas, Design de jornais

INTRODUÇÃO

O âmbito da linguagem e dos modos de dizer a informação jornalística foram centrais nas transformações que marcaram a imprensa brasileira a partir dos anos 1950, tendo papel relevante em meio a alterações dos jornais impressos e do mercado de comunicação nos últimos 70 anos. Visualidade, configuração do produto e do acontecimento jornalístico, entre vários aspectos, imbricam-se com as muitas variáveis que foram determinantes nos modos de existência do produto jornal nesse período e na constituição do jornalismo como modalidade informativa e prática discursiva.

Após os anos 1960, com o contexto da modernização da imprensa (RIBEIRO, 2007; ABREU, 2002) e “concentração” dos jornais (RIBEIRO, 2006), *O Globo* tornou-se um dos principais periódicos do país. A partir de material disponível em seu acervo digital online⁴, este trabalho traz considerações sobre a visualidade, tratamento da

¹Trabalho apresentado no GP Produção Editorial XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto. email: ricarddo.augustto@yahoo.com.br

³Graduanda em Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto. email: lais.nagayama@aluno.ufop.edu.br

⁴ <https://acervo.oglobo.globo.com>

informação e linguagem em suas primeiras páginas. As análises são parte de um estudo exploratório que envolve a enunciação verbo-visual nos jornais *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*, em meio a questões sobre as transformações dos periódicos nas últimas décadas. São alguns dados e considerações com base em uma das fases da investigação que selecionou primeiras páginas nas décadas de 1970, 1990 e 2010, dando sequência à etapa anterior que observou os anos 1960, 1980 e 2000.

A motivação inicial do estudo, além do seu caráter exploratório que busca propor novas questões, é acompanhar de modo empírico aspectos da modernização da imprensa trazidos por Ribeiro (2007). Conforme a autora, os jornais passaram por transformações editoriais, de linguagem (no âmbito do design, das imagens e do texto), empresariais e profissionais. Além disso, trata-se de mapear, de forma mais detalhada, ocorrências e transformações do design de jornais no Brasil, tendo como sugestão inicial a proposta das quatro fases de transformação esquematizadas por Sousa (2005). Em resumo, parte da modernização da imprensa para verificar como ela acontece no Brasil e como seriam as intersecções e características após o que Sousa, em sua abordagem centrada nos EUA e Europa, chama de fase de “atenção ao design” (terceira “revolução” do design de imprensa, a partir dos anos 1960). Como pressupostos estão a indissociabilidade entre design e edição (WHITE, 2006; GARCIA, 1993), como também a dimensão visual intrínseca à linguagem jornalística, os modos de enunciação do jornal impresso e os processos de construção do acontecimento jornalístico, seguindo Mouillaud (2002), em face ainda do que este autor chama de “dispositivo”.

O GLOBO E AS REFORMAS

No período estudado – décadas de 1970, 1990 e 2010 –, o jornal passou por alterações importantes na sua configuração como produto editorial, incluindo algumas que recuperamos, ainda que brevemente, a seguir.

O Globo foi fundado por Irineu Marinho e outros jornalistas em 1925, tendo circulado pela primeira vez em 29 de julho. Nasce, conforme consta, sob o signo da defesa de causas populares e fiscalização das instâncias públicas (O GLOBO, 2013). Roberto Marinho passa a dirigi-lo em 1931.

O jornal assumiu, desde o início, “uma linha discretamente conservadora” (Ribeiro, 2007, p.90) ou, como afirma Lattman-Weltman (2003, p.16) “uma espécie de

conservadorismo pragmático, responsável ora pela manutenção de uma certa equidistância entre facções, ora pelo engajamento sem rodeios ao lado dos pólos mais conservadores do espectro político e ideológico”, mantendo-se conectado à trama da vida política. Ao longo dos anos, alinou-se de forma clara a posições anticomunistas, participou da oposição/campanha da imprensa contra o segundo governo de Getúlio Vargas, concordou com a solução parlamentarista após a renúncia de Jânio Quadros e fez oposição ao governo de João Goulart. Esteve próximo da União Democrática Nacional (UDN) desde sua fundação, em 1945, ficando com sua imagem “sempre associada a uma espécie de ‘udenismo’” (LATTMAN-WELTMAN, 2003, p.17-18). Sua história ficou marcada pelo apoio ao golpe civil-militar de 1964, que instalou o regime ditatorial, identificado nas páginas do jornal muitas vezes como ‘restauração da ordem e da democracia’ (tratado como “revolução”), expurgo do perigo comunista (ARÊAS, 2012). Em suas páginas dos anos 1960, demonstrava, com frequência, simpatia pelos feitos e desígnios dos governos militares, o que produzia, do mesmo modo, legitimação (ainda que de forma não homogênea) da ordem repressiva⁵. Durante os chamados “anos de chumbo” eram comuns a satanização da ‘desordem’, a exaltação anticomunista e a constante incitação ao fantasma do “inimigo interno”, além da defesa de valores morais conservadores e de uma pauta difusa sobre costumes em uma ótica reacionária, assim como uma produção discursiva típica dos tempos de Guerra Fria⁶.

Nos anos 1950, segundo Ribeiro (2007, p.91), *O Globo* já era o vespertino de maior circulação no Rio de Janeiro, com boa penetração entre as classes média e alta, mas também junto às “camadas mais populares”. Saiu fortalecido da crise da imprensa nos anos 1960, tendo sido um dos jornais beneficiados com a concentração empresarial que houve no período (Ribeiro, 2007, p.93). Foi favorecido também pela proximidade com os militares e os rearranjos ocorridos após o golpe de 1964, como também pelo fortalecimento do grupo de comunicação após a fundação da Rede Globo de Televisão (1965). Em 1961, passava a ter distribuição nacional (ARÊAS, 2012, p.64) e na década de 1970 assumia em definitivo a condição de matutino.

⁵Em 31 de agosto de 2013, 49 anos depois, o jornal publicou editorial se desculpando por ter apoiado o golpe de 1964, posição reiterada em 02/09/2013 também em editorial no Jornal Nacional. Ver O GLOBO. Apoio editorial ao golpe de 64 foi um erro. *O Globo*, 31/08/2013. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>. Acesso: 10/2020.

⁶Aspectos trabalhados em ORLANDO, Ricardo; SOUZA-SILVA, Jean Carlo de. Imprensa e o apoio à ditadura: subversão e subversivos no discurso verbo-visual de primeiras páginas de *O Globo*. *Apresentação no XII Congresso da Lusocom*, Cidade da Praia, Cabo Verde, 2016.

Considerando o Rio de Janeiro nos anos 1950, *O Globo* não consta entre os periódicos que capitanearam as mudanças de maior repercussão para o jornalismo, no processo que Ribeiro (2007) aponta como modernização da imprensa. Em meados dos anos 1960, Roberto Marinho intentava modificar o jornal⁷, mas as alterações mais significativas vieram com a contratação de Evandro Carlos de Andrade em 1971.

De início, o jornalista estruturou a editoria de Economia, criou suplementos, fez ajustes na cobertura dos temas policiais e na editoria “Repol” (reportagem de polícia), inaugurou a edição de domingo (até então só circulava em situações muito excepcionais), em 1972, e descentralizou o copidesque (ANDRADE, 2003; MEMÓRIA O GLOBO, s/d). Muito se fala sobre as transformações operadas a partir da gestão de Andrade no jornal, mas, como ele destaca, tudo se deu aos poucos. “Nunca houve nenhuma revolução, não.” (ANDRADE, 2003, p.33). Vale mencionar que o jornal passou também por modificações de impressão que incluem a aplicação da fotocomposição em conjunto com letterpress em 1973 e a adoção paulatina do *offset*, que se tornou o sistema integral de reprodução a partir de 1978 (O GLOBO, 1999; MEMÓRIA O GLOBO, s/d1).

O discurso oficial diz que o jornal só sofreu uma reformulação profunda em 1995, uma segunda em 2012 e uma terceira em 2018, tendo passado o intervalo de 70 anos sem um investimento específico de transformação mais ampla, em especial no quesito visualidade, mas operando alterações gradativas. A mudança mais destacada nesse longo intervalo teria sido a fixação do logotipo no topo da página, em 29 de julho de 1984. Como disse João Roberto Marinho, por ocasião da reformulação de 2012, Roberto Marinho era resistente à ideia de surpreender o leitor, de repente, com um jornal diferente; ao contrário, “deveria evoluir sutilmente na sua apresentação gráfica, com o leitor sempre habituado a ela” (O GLOBO, 2012, p.2).

As transformações na visualidade ocorrem, assim, paulatinamente desde os anos 1960, como foi possível verificar na fase anterior dessa pesquisa⁸. No final daquela década (exemplares analisados de 1968 e 1969), em comparação com o início do

⁷O que se pode observar, por exemplo, no depoimento de Alberto Dines a Alzira de Abreu e Fernando Lattaman-Weltaman: DINES, Alberto. Entrevista a Alzira Alves de Abreu e Fernando Lattman-Weltman. In: ABREU, Alzira Alves De; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora (orgs.). Eles mudaram a imprensa : depoimentos ao CPDOC. 1a. ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2003. p.74-175.

⁸Considerações a partir dos resultados da etapa anterior da pesquisa, isto é, do projeto “A enunciação verbo-visual no jornal O Globo: comparativo de primeiras páginas das décadas de 1960, 1980 e 2000”.

período, o jornal indica ter havido uma diminuição no número de elementos na primeira página, tendo reduzido a variação tipográfica, retirado grande parte dos fios delimitadores e feito um investimento de organização e ordenação dos elementos. Produziu, assim, um layout mais claro, com intervalos maiores e uso mais ativo do espaço vazio, ampliando o destaque de cada elemento, a força dos títulos e imagens e produzindo como efeito uma maior hierarquização das informações.

A reforma de 1995, considerada então uma mudança profunda, entrou em vigor na edição de 20 de dezembro e foi elaborada pelo escritório de Milton Glaser e Walter Bernard. Seguiu o preceito de preparar o leitor para que não houvesse estranhamento: em novembro, uma série de textos passaram a ser publicados periodicamente no primeiro caderno indicando o que aconteceria com o jornal. Um trabalho de convencimento e legitimação das escolhas da empresa. Nessa oportunidade, a redação foi informatizada e o jornal começou a ser preparado com o sistema Hyphen.

O jornal alterou seu logotipo, adotando quadro de fundo azul com o nome escrito em branco, e faixas menores em verde e amarelo em referência às cores da bandeira brasileira. Ampliou também o espaço para opinião, com duas páginas, e a área destinada para imagens, trabalhando com fotografias maiores, em menor número. Suplementos e cadernos foram reformulados para uma aproximação com o formato de revistas, cadernos tiveram um trabalho de valorização do espaço de suas primeiras páginas e o jornal criou o suplemento literário Prosa & Verso. Em termos tipográficos, passou a ser elaborado com duas tipografias básicas – Cheltenham e Newsgothic. Um dos pontos exaltados é um número menor de temas e fragmentos de informação, com ênfase para a hierarquização da informação (O GLOBO, s/d; O GLOBO, 1995).

Um dos aspectos fundamentais da reformulação foi a concepção “anti-USA Today” adotada. O jornal, em sua mudança, ainda reverbera e responde às preocupações que assolaram a imprensa no chamado pós-televisivo (SOUSA, 2005), mas reage de forma distinta. No lugar de seguir a tendência e trabalhar uma informação mais fragmentada, um grande número de retrancas e pequenas notas, faz uma escolha de edição e design que adota matérias mais longas e intertítulos, trabalhando com, praticamente, texto único por página. Segundo o que alega, uma orientação de privilegiar “a reflexão”, em busca de um jornalismo que procura se distanciar da televisão e sua linguagem (SILVESTRE, 1995). Em 1999, o designer Felipe Taborda, que

fez parte da equipe de Glaser e Bernard em 1995, implantou modificações no projeto, principalmente para o encurtamento dos textos e o uso de matérias mais fragmentadas, com a reabilitação de certo uso das retrancas (CHIARINI, 2000).

Em 29 de julho de 2012, *O Globo* começa a circular com nova reformulação ampla, desta vez orientado pela consolidação da integração das redações do impresso com o digital, o que significou também a adoção de templates para o apoio aos fluxos produtivos, segundo a versão oficial. Um “vespertino” para tablets, *O Globo a Mais*, foi criado no processo, com circulação/atualização prevista para 18h. A reforma foi feita com a consultoria da Cases i Associats e a participação do designer Francisco Amaral. Conforme a narrativa estabelecida no caderno especial sobre a reforma, ela apostou no uso mais efetivo dos espaços vazios (brancos) como recurso de valorização e destaque dos elementos, buscou manter a identidade do jornal e produzir formas mais fáceis de navegação pelo que a edição oferece, contribuindo para uma leitura mais rápida. O layout tornou-se mais verticalizado, uma ancoragem visual reforçada também orientou as escolhas, adotou-se o uso mais amplo de cores e houve uma revisão que estabeleceu novas fontes para texto e tipografia exclusiva para títulos. A reforma, pelos recursos gerais de destaque, traria “mais impacto” que a de 1995, na opinião do designer Léo Tavejnhansky (O GLOBO, 2012, p. 2-6).

As mudanças em 2018, nos argumentos arrolados no caderno especial sobre a reforma (O GLOBO, 2018), deram-se a partir das modificações nos modos como as pessoas passaram a se relacionar com a informação nos últimos anos, colocando o jornal em perspectiva em relação à produção informativa e ao papel do digital. Em termos mais restritos à visualidade e à edição, as alterações procuraram privilegiar a legibilidade e a hierarquização da informação, como também um layout mais claro. Nas fotografias, por exemplo, “a diferença de peso entre a foto principal e as demais aumenta” (O GLOBO, 2018, p.2). A primeira página sofreu várias intervenções, como o logotipo menor e alinhado à esquerda, precedido de uma faixa de destaques acima dele, e uma estrutura modular bem marcada, baseada numa divisão em quatro colunas. O jornal passou a adotar tipografia serifada para seus títulos, combinada com uma sem serifa, especialmente no interior, recuperando também o uso das caixas altas e a variação intensa de pesos.

PROCEDIMENTOS

O estudo das primeiras páginas foi realizado com parâmetros que dão continuidade aos adotados na etapa anterior, relativa às décadas de 1960, 1980 e 2000. A escolha das 18 edições a serem estudadas se deu com base na circulação do jornal da década de 1960 (seis edições/semana). O vínculo entre dia da semana, mês e ano foi feito por sorteio, delineando uma semana composta no recorte de seis meses e seis anos distintos por década, repetindo-se a associação ao longo dos três decênios. A edição específica foi escolhida levando-se em consideração que não poderia ser atípica (“especial”) e deveria ter uma qualidade mínima de digitalização para o seu estudo. Ficaram associados então os anos de final 1 (1971, 1991 e 2011) às quartas-feiras de setembro, os de final 2 às terças-feiras de março e assim por diante, como se pode ver na Figura 1.

A partir das páginas selecionadas foram levantados dados sobre a configuração gráfico-editorial, com especial atenção aos usos da primeira página, aos modos de edição e design que se relacionavam com as formas de enunciação da informação jornalística. Para isso, adaptou-se um quadro de análise a partir de Orlando (2017) em que estão postas linhas gerais da visualidade no jornal impresso, como também aspectos de linguagem e fundamentos da comunicação visual. Entre os pontos básicos de análise, o espaço e seus modos de estruturação e uso, formas de construção do central e do periférico, produção da ordem e hierarquização dos elementos, uso de tipografia e titulação, ancoragem visual, cor e outros recursos gráfico-visuais em suas formas de constituição da linguagem jornalística e dos modos de enunciação verbo-visual.

Por fim, como apoio às análises, ao estudo da visualidade e de características editoriais, definiu-se a produção de três visualizações de área básicas para mostrar temáticas/editoriais⁹, imagens e títulos presentes no espaço da primeira página (Figuras 2, 3 e 4). As visualizações de área produzem um mapeamento do tamanho, proporção, posição e forma dos elementos na página, associados às temáticas/editoriais dos assuntos das matérias ou chamadas nas primeiras páginas, por intermédio de formas e cores sobrepostas ao desenho original da página. Vale lembrar que visualizações de área,

⁹A distribuição temática e a definição das cores para cada editoria: por tratar-se de pesquisa exploratória, optou-se pela visão geral e simplificada de cada temática, agrupando-se diversos assuntos em um guarda-chuva. Em parte, a ideia foi não produzir muitas subdivisões editoriais e nem uma paleta ampla, o que poderia reduzir a qualidade e o valor expositivo das visualizações. Estabeleceu-se um grupo de temas/assuntos para cada cor e seguiu-se isso muitas vezes independente do modo como o jornal classificou tal matéria. A paleta repete o que foi definido para o estudo de 2018. Em outra etapa de pesquisa, talvez se possa produzir uma análise temática mais detalhada e, eventualmente, ajustes na paleta, com subdivisões de temas e abordagens, principalmente as de enquadramento fronteiroço.

seguindo Manovich (2011), buscam cruzar um mapeamento de dados discretos com uma representação visual, o que poderia ajudar a expor tendências e padrões. Em outros termos, um procedimento próprio para uma pesquisa exploratória, cujo objetivo é formular questões que indicarão percursos para novos problemas.

ANÁLISES

As considerações a seguir, por mais que possam parecer gerais, restringem-se às 18 edições analisadas, cuja reprodução em miniatura está na Figura 1. A partir das análises, num primeiro olhar sobre as páginas, é possível ver algumas mudanças gráficas ao longo do período pelas variações de largura da primeira página: até o final da década de 1990 se tem um jornal mais largo em comparação aos da década de 2010. Ao mesmo tempo, até o início dos anos 1990, a página tem uma orientação, em geral, mais vertical. O grid e a estruturação do espaço aparecem de forma mais elaborada a partir das edições dos anos 1990, assumindo por vezes um caráter modular pronunciado. Nas edições dos anos 1970, o fluxo de leitura era muitas vezes interrompido ou pouco considerado, com várias edições analisadas em que o título, fotografia e texto não estavam alinhados, produziam encaixes irregulares ou conjuntos pouco consistentes. Nos anos 1990, a horizontalidade se mostra mais relevante na organização do layout. Isso fica ainda mais nítido com a reforma de 1995, quando o logotipo em uma caixa acentua a marca horizontal e há novos elementos, como uma titulação forte, que auxiliam na hierarquia das informações. Do início ao final do período analisado, as páginas se mostram progressivamente mais claras, com menos elementos e uma mancha gráfica que indica uma visualidade mais contrastante apoiada também no uso mais ativo dos contra-grafismos.

Um ponto observado foi a presença ou não de sumário: na amostra analisada, aparece em três das 18 edições, todas na década de 1970. Isto, contudo, não elimina a tendência recorrente de *O Globo*, já a partir do exemplar de 1972, fazer a sumarização do conteúdo na primeira página, com uma quantidade regular de títulos/destaques/chamadas por edição (ver Figuras 2 e 3). Outra ocorrência foi a utilização não frequente de imagens nas manchetes: apenas seis manchetes, das 18, são acompanhadas de imagens associadas, sendo uma delas pela charge de Chico Caruso (1992), caracterizando uma ‘retranca’ opinativa, e duas outras por mapas/gráfico (1972 e 2011).

Figura 1: Reprodução digitalizada das primeiras páginas selecionadas/analizadas na pesquisa



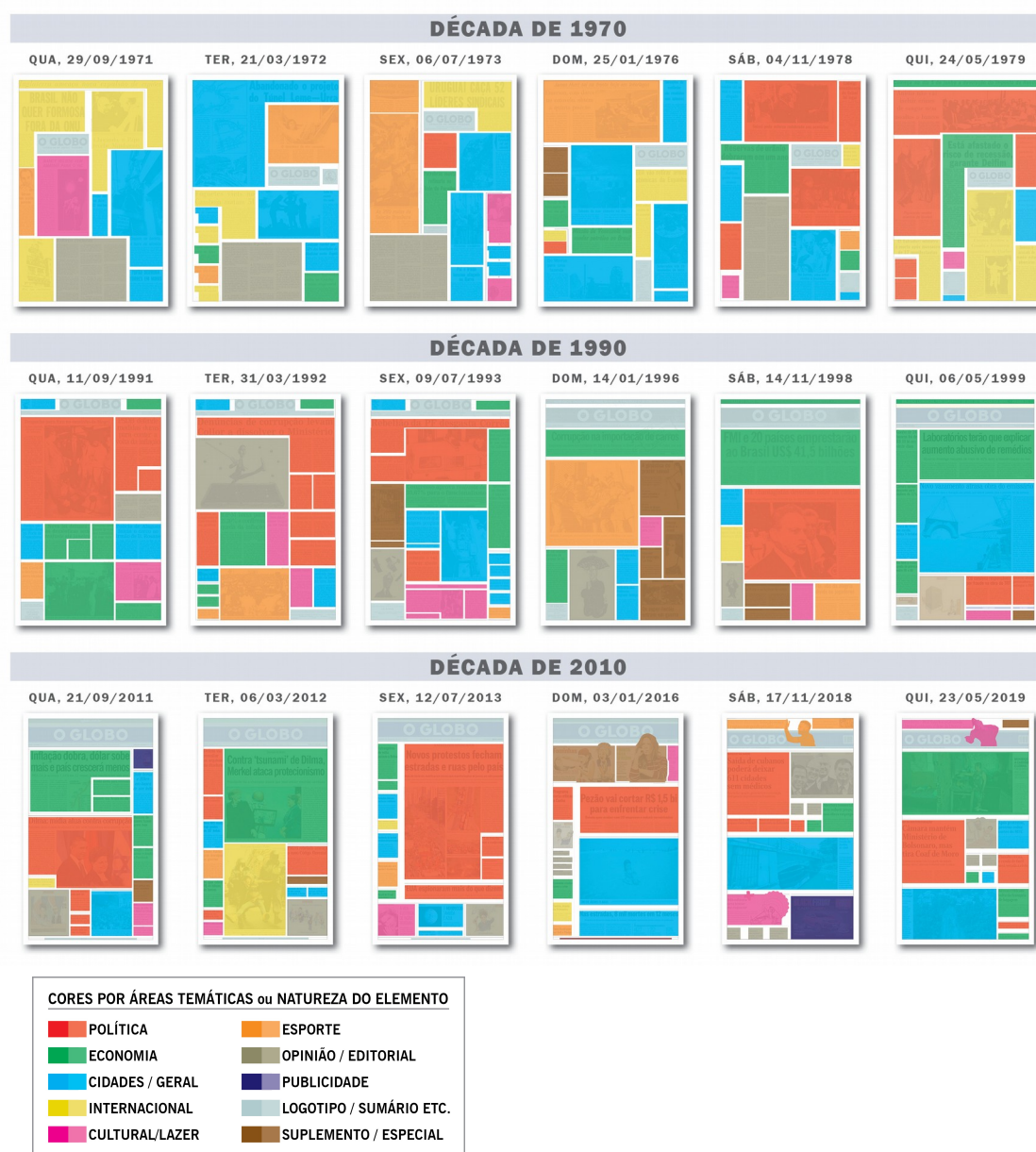
Fonte: elaboração dos autores a partir das reproduções digitais disponíveis no acervo do jornal (<https://acervo.oglobo.globo.com/>)

As edições, especialmente nos anos 1970, são marcadas por padronização visual menos rigorosa. A remissão das páginas, por exemplo, aparece de forma variada – em números cardinais, ordinais, escrita por extenso ou abreviada de mais de um modo – até a edição de 1978. Depois, permaneceu como números cardinais, alterando o alinhamento e estilo durante as edições. O uso tipográfico é diversificado no início dos anos 1970, tendendo a uma maior regularidade no final da década. Em outros termos, a partir de grid, tipografia e padronizações textuais é possível verificar um movimento por mais regularidade e padronização na visualidade de *O Globo* ao longo dos anos.

Nas 18 edições estudadas, temáticas internacionais e de cidades/geral ocupavam mais espaço no início dos anos 1970, tanto no quesito tamanho quanto na quantidade (Figura 2). Ao longo dos exemplares, os assuntos internacionais perdem espaço e sua ocorrência torna-se mais periférica. Os assuntos de cidades/geral se mostraram sempre

presentes nas primeiras páginas selecionadas, com variações no peso que ganham na edição. No geral, esses temas são valorizados nas imagens (Figura 4), ausentes da manchete e presentes com maior recorrência na segunda dobra. Os assuntos de esportes são pouco destacados nas edições, com mais visibilidade nos anos 1970. A partir do final dessa década, as páginas selecionadas mostram predominância na hierarquização de temas de economia e política, em alternância. Economia aparece em pequenas chamadas nos anos 1970 e se torna mais manifesta no final da década de 1990 e no início de 2010. Política, por sua vez, ocorre com mais frequência na primeira dobra.

Figura 2: Posição, tamanho/área, forma e temática das matérias/chamadas (legenda de cores a seguir)



Fonte: elaboração dos autores a partir das reproduções digitais disponíveis no acervo do jornal (<https://acervo.oglobo.globo.com/>)

Figura 3: Posição, tamanho/área e vinculação temática de títulos/destaques (legenda de cores acima)



Fonte: elaboração dos autores a partir das reproduções digitalizadas disponíveis no acervo (<https://acervo.oglobo.globo.com/>)

Os editoriais, comuns até o final dos anos 1970, são substituídos pelas charges de Chico Caruso nos exemplares de 1990, o que permanece nas edições mais atuais, mantendo a existência recorrente do gênero opinativo na primeira página. Os suplementos, por sua vez, não tinham tanta força nas chamadas de 1970, sendo mais observados do meio da década de 1990 em diante. Isso se deve à força que os cadernos passaram a ter no modelo de jornal a partir dos anos 1980, com vistas à segmentação e aproximações com o público, destacando-se, por exemplo, os suplementos direcionados a bairro/regiões (como nos parâmetros do jornal pós-televisivo).

Com relação a títulos e destaques, no geral, cada primeira página analisada de *O Globo* é constituída por mais de 10 títulos, com exceção das edições de 1991 (nove) e 1998 (sete). É possível, assim, verificar uma regularidade do jornal na tentativa de

apresentar o conteúdo da edição, com suas ênfases, fazendo uso da primeira página como conexão do leitor com o interior da publicação. Na Figura 4, é possível acompanhar a distribuição temática dos destaques, indicando que o jornal busca oferecer um cardápio temático amplo, especialmente nas edições de domingo, notando-se o predomínio dos temas de economia, política e cidades.

Figura 4: Posição, forma, tamanho/área e vinculação temática de imagens (legenda de cores acima)



Fonte: elaboração dos autores a partir das imagens disponíveis no acervo do jornal (<https://acervo.oglobo.globo.com/>)

No início dos anos 1970, *O Globo* ainda usa títulos em caixa alta, com letras em super negrito, mais marcados. Nas edições analisadas, gradativamente os títulos perdem força visual, marcando um tom mais regular ao longo dos anos 1990, até a reforma de 1995, quando passam a ser o principal elemento de ancoragem visual na primeira dobra: é possível verificar a alteração no modo de hierarquização da notícia na visualização dos títulos (Figura 3), com o aumento da diferença entre manchete e os outros títulos. A

partir da década de 1990 até o começo dos anos 2010, os títulos vão ocupar um espaço mais horizontal, com a manchete em geral em toda a largura da página. Interessante notar que, com a reforma de 2018, o jornal retoma as chamadas baseadas exclusivamente em títulos, recurso que vai e volta ao longo do período analisado. E amplia o uso de títulos em caixa alta, modalizando tons e vozes com pesos e contrastes.

Em termos de imagens, a visualização (Figura 4) nos mostra uma certa recorrência maior dos temas de cidades. E, ao contrário, pouco uso de imagens para assuntos internacionais, economia e esportes. Os temas de cultura/lazer também aparecem de forma periférica e pouco frequentemente: ligam-se mais (e por vezes confundem-se com) aos suplementos, uma presença fundamental nas chamadas de domingo. Outro ponto a ser destacado, nos anos 1990 e no início de 2010, as imagens são usadas em menor quantidade, mas com dimensões maiores. A partir da década de 2010, há a presença mais comum das imagens recortadas, principalmente as relacionadas aos temas periféricos como cultura/lazer, esportes e suplementos. A ancoragem visual, por sua vez, além dos títulos, é feita também pelas fotografias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A modernização dos impressos no Brasil, narrada por Ribeiro (2007), resultou em mudanças no fazer jornalístico e no design de jornais. Ao analisar as primeiras páginas de *O Globo*, verificam-se linhas relevantes na transformação da visualidade e em modos de construir a enunciação verbo-visual. De início, percebe-se uma trajetória de foco em padronização, conforto visual e apelo de venda, com ênfase na hierarquização e realce de títulos e imagens. As alterações, ao longo das décadas, produziram páginas mais leves, claras e diretas, ampliando a separação e o destaque dos elementos, marcando mais a hierarquia e o valor relativo de cada informação.

Em relação à modernização, no período em questão, as análises sugerem, de início, mais alterações na configuração do produto editorial do que em sua dimensão visual, principalmente nos anos 1970. Ribeiro (2007) faz referência a uma visualidade que se pauta por mais ordenação, padronização, funcionalidade como princípio estético, e que configuraria uma face correlata da emergência da retórica da objetividade/imparcialidade/neutralidade como valores básicos das mudanças dos jornais. O design estaria, assim, mais integrado aos ritos do enunciar a informação jornalística. Nas

páginas selecionadas, isso se mostra mais presente na década de 1990 (embora tenha começado antes, como visto na fase anterior da pesquisa). A partir de 1995, o design ganha mais centralidade, a exemplo do que aponta Sousa (2005) ao tratar dos jornais pós-televisivos. A reformulação de 1995 procurou dar a *O Globo* uma visualidade mais contemporânea e condizente com o momento de mudança dos periódicos, contudo, numa direção distinta da fragmentação da informação própria do pós-televisivo, cujo parâmetro maior era o *USA Today*. Os anos 2010 marcam o condicionamento do impresso em relação ao contexto da informação em tempos de internet e redes sociais digitais. O jornal altera-se para a integração do fluxo produtivo e, também, para a dinâmica da informação em meio ao que se costuma chamar de “economia da atenção”, com uma visualidade que investe sobre hierarquia, destaque, separação e contraste. Em outros termos, na clareza de exposição, na velocidade de leitura e em modos de captura da atenção como base dos componentes contemporâneos de disputa da relevância informativa.

Os próximos passos dessa pesquisa incluem a elaboração de questões a partir dos estudos já realizados que permitam aprofundar as transformações no modo de enunciar a informação jornalística dos impressos e suas formas de construção do acontecimento. E, ainda, a organização dos resultados da pesquisa anterior (relativa a 1960, 1980 e 2000), conjuntamente com os estudos do jornal *O Estado de S. Paulo*.

REFERÊNCIAS

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

ANDRADE, Evandro Carlos de. Entrevista a Alzira Alves de Abreu e Fernando Lattman-Weltman. In: ABREU, Alzira Alves de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora (orgs.). *Eles mudaram a imprensa : depoimentos ao CPDOC*. 1a. ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2003. p.21-67

ARÊAS, João Braga. *Batalhas de O Globo : o neoliberalismo em questão*. Doutorado em História Social – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2012.

BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa : Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

CHIARINI, Adriana Barreto. *Como os diários impressos podem continuar interessantes com a concorrência dos serviços em tempo real? : As reformas de ‘O Globo’ em 1995 e do ‘Correio Braziliense’ em 2000 : à procura de respostas*. Mestrado em Comunicação. Universidade de Brasília, Brasília, 2000.

GARCIA, Mario R. *Contemporary newspaper design : a structural approach*. 3rd ed. Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall, 1993.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. O Globo: independência na ordem. In: ABREU, Alzira Alves De; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora (orgs.). *Eles mudaram a imprensa : depoimentos ao CPDOC*. 1a. ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2003. p.14-20.

MANOVICH, Lev. O que é visualização?. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 8 (1), 2011: 146-172.

MEMÓRIA O GLOBO. Evandro Carlos de Andrade : ex-Diretor de redação do Globo. *Perfis e Depoimentos, Memória O Globo*, [s/d.]. Disponível em: <http://memoria.oglobo.globo.com/perfis-e-depoimentos/evandro-carlos-de-andrade-9045680>. Acesso: 10/2020.

MEMÓRIA O GLOBO. 12 de janeiro de 1999 : parque gráfico. *Memória O Globo, Linha do tempo*, s/dl. Disponível: <http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/parque-grafico-9197388>. Acesso: 11/2019.

MOUILLAUD, Maurice. *O jornal: da forma ao sentido*. Organização de Sérgio Porto. Brasília: Ed. UnB, 2002.

O GLOBO. MONTALVÃO, Sérgio. *Dicionário da Elite Política Republicana (1889-1930) | CPDOC*. Rio de Janeiro: CPDOC | FGV, 2013. Disponível em: <https://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeira-republica/GLOBO,%20O.pdf>. Acesso: 05/2018.

O GLOBO. A nova face do Globo. *O Globo*, 19/12/1995, p.12-13. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/>. Acesso em: 10/2020.

O GLOBO, *Especial*, 12/01/1999. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/>. Acesso: 10/2020.

O GLOBO, *Especial: Forma e Conteúdo*. *O Globo*, 29/07/2018. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/>. Acesso: 10/2020.

O GLOBO. Um jornal em evolução. *O Globo, Caderno Especial*, 29/07/2012. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/>. Acesso em: 10/2020.

ORLANDO. Ricardo A. *Design de imprensa e primeira página do jornal impresso*. Relatório de pesquisa de estágio pós-doutoral. Porto-PT: Universidade Fernando Pessoa, 2017.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

SILVESTRE, Edney. O Globo privilegia reflexão com seu novo projeto gráfico. *O Globo*, 16/12/1995, p. 12.

SOUSA, Jorge Pedro. O design de imprensa e a infografia. In: SOUSA, Jorge Pedro. 2005. *Elementos de jornalismo impresso*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005. p.243-310.

WHITE, Jan V. *Edição e design : para designers, diretores de arte e editores : o guia clássico para ganhar leitores*. São Paulo: JSN Editora, 2006.