



## **Análise comparativa dos aspectos gráficos e temáticos das capas de Carta Capital, Época, Istoé e Veja no ano de 2012<sup>1</sup>**

Matheus Henrique de LARA<sup>2</sup>

Carlos Alberto de SOUZA<sup>3</sup>

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

### **RESUMO**

Em um mercado editorial cada vez mais competitivo, revistas brasileiras têm investido com frequência em reformas gráficas e utilizando-se de diversos recursos para se sobressair no mercado. A competição que estabelecem não acontece apenas entre as revistas, mas também com jornais e outros veículos de comunicação que usam, por exemplo, a imagem para alcançar o público e um bom número de assinantes. Assim, portanto, obtendo lucro. O presente artigo visa, a partir de critérios técnicos, reconhecer as principais estratégias de diagramação das quatro revistas informativas semanais de maior circulação no país: Carta Capital, Época, Istoé e Veja. Trata-se de uma análise quantitativa feita a partir de um acompanhamento das publicações durante o ano de 2012. Portanto, para que os dados pudessem obtidos, acompanhou-se semanalmente as quatro publicações, totalizando 207 capas coletadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; revistas; diagramação; capas; jornalismo

### **1. Introdução:**

No jornalismo, como em qualquer nicho do mercado, a estética tem função fundamental como estratégia de atração e lucro. A diagramação de uma página não é feita de maneira aleatória. É um processo estratégico e planejado. Esse planejamento gráfico visual é de importância fundamental não apenas estética. Envolve também a hierarquização de conteúdos e estratégias editoriais de venda e propagação de informação. Juarez Bahia (1990) coloca a diagramação em um patamar superior de paginação, considerando-a a principal relação consciente entre elementos gráficos e estéticos (e ainda, pois, semânticos, pois nos lembra Bakhtin (2003) que as imagens e palavras são signos, dotadas de significado e ideologia).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior (IJ) – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 3º. Ano do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, email: [mths\\_lr@hotmail.com](mailto:mths_lr@hotmail.com).

<sup>3</sup> Orientador, professor adjunto do Departamento de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, email: [carlossouza2013@hotmail.com](mailto:carlossouza2013@hotmail.com)



No processo de diagramação, é preciso, segundo Silva (1985), ter em mente os elementos gráficos a serem usados e a importância da relação entre esses elementos gráficos e as ideias a serem publicadas. Assegura Caetano (2008): “Deve-se analisar os aspectos que compõem a relação de comunicação dialógica entre o profissional de jornalismo internamente [...] e o artista gráfico, para que possam atingir, externamente, os objetivos de comunicação das organizações onde atuam”.

A diagramação da primeira página de qualquer veículo informativo é o que se tem de mais incisivo na relação entre jornalismo e design gráfico. A estética caminha junto com a informação, podendo substituí-la, neutralizá-la ou simplesmente abafá-la. O design como ferramenta e o jornalismo como objeto, as duas áreas se misturam e se confundem, unidas sob o contexto da sociedade atual, movida antes pelo mercado, como nos lembra Marx (1844): “O dinheiro é a essência alienada do trabalho e da existência do homem; a essência domina-o e ele adora-a”. Complementa Silva (2011):

“As estratégias de comunicação presentes nas capas das revistas privilegiam a venda do produto, embora tenham credibilidade suficiente para se dizerem respaldadas em seu dever informativo. Essa tensão presente na grande imprensa deve ser lembrada a todo o momento: coloca-se a informação como objetivo, mas a sustentação do discurso é dada, prioritariamente, pelo sucesso de mercado” (p.252)

Para verificar as estratégias de diagramação utilizadas no Brasil, hoje, no contexto da grande mídia, optou-se por se analisar as capas de todas as edições de Carta Capital, Época, Istoé e Veja no ano de 2012, totalizando 207 capas, sendo 52 capas de Época, 52 de Istoé, 52 de Veja e 51 de Carta Capital. A escolha por se analisar tais publicações se justifica pela representatividade desses veículos no cenário editorial e jornalístico brasileiro atual.

Números retirados do site da Associação Nacional dos Editores de Revista (ANER) em maio de 2012, quando teve início este trabalho de catalogação das edições, trazem dados do Instituto Nacional de Circulação (IVC), que mostram que as quatro publicações são as revistas de conteúdo jornalístico semanais de maior circulação do país, o que dá a elas maior visibilidade e relevância no cenário midiático que se convencionou chamar de “grande mídia”.

Portanto, parte-se da ideia de que essas quatro revistas são colocadas lado a lado semanalmente em bancas e revistarias espalhadas pelo território nacional, e duelam entre si pela atenção do leitor, que compra e lê a revista que mais lhe agrada ou atrai. Os



editores, a partir da diagramação da capa da revista, pensam em estratégias de venda e de propagação de informação, e é este o foco do artigo.

## **2. Método**

A operacionalização da pesquisa que originou o presente artigo seguiu diretrizes especificadas por Laurence Bardin (2008) em “Análise de Conteúdo”. A autora lembra que o método de pesquisa se divide em etapas que vão da organização do objeto de análise, passam pela codificação de resultados, categorizações, inferências; e, por fim, chegam à análise propriamente dita.

A análise de conteúdo segue, portanto, uma lógica que parte da organização sistemática. As diferentes etapas da análise de conteúdo organizam-se em torno de três tópicos, segundo Bardin (2008): a pré-análise, que vai da observação flutuante até a elaboração de hipóteses e indicadores para organização; a exploração do material, que abrange codificações e a classificações determinadas após a pré-análise; e o tratamento de resultados, das inferências às interpretações:

“O analista é como um arqueólogo. Trabalha com vestígios [...]. Tal como a etnografia necessita da etnologia, para interpretar as descrições minuciosas, o analista tira partido do tratamento das mensagens que manipula, para inferir (deduzir de maneira lógica) conhecimentos sobre o emissor da mensagem ou sobre o meio[...]. Tal como um detetive, o analista trabalha com índices cuidadosamente postos em evidência” (BARDIN, 2008, p.39)

Dentro do que se coloca como pré-análise e elaboração de indicadores por observação flutuante, a pesquisa se organizou da seguinte maneira: as capas das revistas foram analisadas a partir de três vieses, a definir: critérios para análise de tema e apresentação de conteúdo; critérios para análise de fotografia e ilustração; e critérios para análise de inteligência visual estratégica. Em cada grupo, foram analisados critérios que quantificaram o conteúdo das capas e agruparam as características semelhantes, o que possibilitou comparações e observações particulares. Cada grupo de critérios recebeu códigos numéricos para catalogação em planilha no software Microsoft Excel, o que dinamizou a análise e agregou os resultados em tabelas didáticas, que traziam ainda informações como número de edição de capa, texto da chamada principal, e data de lançamento.

### **2.1. Critérios para análise de tema e de apresentação de conteúdo**



A primeira análise deste grupo partiu da necessidade de se catalogar os temas abordados pelas revistas em suas chamadas principais. Colocou-se a disposição oito termos-chave, que dividem todos os temas abordados pelas revistas durante o ano. São eles: política (1), com matérias que destacam diferentes setores da política, como partidos, governos, pessoas, campanhas ou eleições; economia (2), que define matérias que destacam empresariado, faz balanços econômicos ou análises financeiras; ciência (3), com matérias sobre pesquisas, estudos, métodos e resultados em geral; cultura (4), que aborda chamadas sobre música, cinema, literatura, televisão e personagens dessas áreas; cotidiano (5), que se define, por exemplo, por chamadas com dicas de saúde, comportamento, esoterismo e religião; especial (6), que destaca retrospectivas, matérias especiais sobre pessoas influentes ou catástrofes; policial (7), com capas que destacam casos de violência/assassinato; e problemas sociais (8), para matérias sobre drogas, fome e outras mazelas sociais.

Outra divisão inferida a se fazer com as capas das revistas foi quanto ao direcionamento que a chamada aparenta dar à matéria principal, que para fins de organização optou-se por chamar de “caráter” durante a pesquisa. Assim, dividimos as capas em outras quatro grupos: caráter denunciante (1), quando a chamada de capa cria expectativa de revelar informações inéditas e/ou feitas por investigação em primeira instância, tendo a ideia de “denúncia” como crucial na definição desse tipo de direcionamento; caráter analítico (2), quando a principal chamada de capa aparenta chamar para uma interpretação aprofundada acerca do tema anunciado; caráter instrutivo (3), quando a chamada promete dicas, ou se propõe a aumentar a bagagem cultural do leitor a partir da divulgação de informações de enriquecimento cultural, sem necessariamente ser denunciante nem analisar friamente os fatos noticiosos; e caráter relacional (4), quando a chamada principal aparenta usar determinado fato, produto ou personagem para falar de outro tema que não o diretamente ligado ao destaque da chamada.

Outro critério de separação das capas dentro da análise de tema e de apresentação do tema diz respeito à abrangência da chamada principal, podendo ser ela local (1), destacando uma cidade, ou microrregião; regional (2), destacando regiões metropolitanas, estados e regiões maiores; nacional (3), quando o assunto permeia a esfera pública (HABERMAS, 2003) num sentido nacional; e internacional (4), quando a determinação geográfica da chamada principal extrapola os limites territoriais brasileiros ou quando a chamada principal se trata de um tema sem relevância exclusivamente local, regional ou nacional.

## 2.2. Critérios para análise de fotografia e ilustração

Bucci (2000) lembra que nas últimas décadas do século XX, as revistas semanais iniciaram um processo de investimento muito maior em recursos gráficos em detrimento do apelo textual. É o que o autor chama de “crescente ênfase na sensação visual” (p.142). Partindo dessa ideia de que o mercado editorial brasileiro se tornou um espaço com uma grande incidência de cores, efeitos e imagens em geral, um dos critérios para esse tipo de análise na presente pesquisa se deu pela contagem, simples, do número de fotografias colocadas na capa das revistas semanais.

Um estudo de Dorneles (2004) mostra que a valorização das imagens nas capas das três grandes revistas de circulação nacional (ele faz um paralelo entre *Época*, *Istoé* e *Veja*) se dá com o desenvolvimento de técnicas de edição e obtenção de imagens. “Ao longo das últimas três décadas a imagem vem assumindo o status de suporte privilegiado e predominante do jornalismo praticado pelas revistas semanais de informação” (p.10). Entretanto, o autor não faz diferenciações entre fotografia e ilustração, considerando como imagens os recursos gráficos não textuais que se colocam nas capas das revistas.

A análise nesta pesquisa partiu, antes, de uma diferenciação básica nesses tipos de imagem, e buscou-se, portanto, averiguar se as imagens da chamada principal das capas das revistas constituem: apenas fotografia (1), sendo, portanto, imagens fotográficas e apenas isso; ilustração (2), desenhos, símbolos, recursos ou efeitos, sem a utilização de imagens fotográficas; mistura de fotografia e ilustração com predominância de fotografia (3), pensando em espaço ocupado pelas imagens na capa da revista, essa opção demarca edições que trazem uma mescla entre fotografia e ilustração, mas que dedicam mais espaço à fotografia; e mistura de fotografia e ilustração com predominância de ilustração (4), que caracteriza capas que valorizam mais a ilustração do que a fotografia.

## 2.3. Critérios para análise de inteligência visual

Partimos da definição de Dondis (2007) de inteligência visual para analisar estratégias de diagramação utilizadas nas capas das revistas observadas. Para o autor:

“Uma mensagem é composta tendo em vista um objetivo: contar, expressar, explicar, dirigir, inspirar e afetar. Na busca de qualquer objetivo fazem-se escolhas através das quais se pretende reforçar e intensificar as intenções expressivas, para que se possa deter o controle máximo das respostas” (DONDIS; 2007, p. 131)



A pesquisa norteou-se a partir da análise dos seguintes elementos visuais e características técnicas estabelecidas por Dondis em “Sintaxe da linguagem visual”. Cada capa de revista passou por uma análise rigorosa onde foram percebidas quais as técnicas mais utilizadas. Cada técnica foi analisada separadamente, portanto a utilização de uma técnica em capa não significa que outras técnicas não possam ter sido utilizadas:

#### 2.3.1. Equilíbrio/Instabilidade

Tida pelo autor como a mais importante técnica visual, pois trabalha a percepção humana de espaço e harmonia espacial. Elementos em equilíbrio, em uma capa de revista, proporcionam um aspecto gráfico mais consolidado, ao passo que capas instáveis trazem “uma formulação visual extremamente inquietante” (DONDIS; 2007, p.141), gerando um desconforto visual e estético ao produto final.

#### 2.3.2. Simetria/Assimetria

A simetria em uma capa de revista representa para o autor uma lógica enfadonha e de simplicidade absoluta. A igualdade de elementos se dividirmos a capa em dois lados iguais. Representa estática. Por outro lado, a assimetria tenta buscar equilíbrio entre elementos diferentes (um bloco de texto e uma foto, por exemplo), a fim de que a página se torne harmônica em espaço.

#### 2.3.3. Regularidade/Irregularidade

Trabalha com a uniformidade dos elementos distribuídos na capa, uma lógica de continuidade na página. A irregularidade traz a ideia de algo inesperado, uma quebra na lógica de continuidade da página. A regularidade de páginas internas de um jornal, por exemplo, são quebradas por boxes ou olhos.

#### 2.3.4. Simplicidade/Complexidade

Esses conceitos trabalham com ordem. Elementos organizados em uma lógica quase regular, ou uniforme, sem complicações secundárias, são considerados simples, ao passo que forças elementares e inúmeras unidades, difíceis de organizar, trazem uma capa complexa.

#### 2.3.5. Unidade/Fragmentação

Trabalha com a valorização de determinados pontos. Há aqui uma intenção em se destacar algo em detrimento do resto. A fragmentação é a divisão do foco de atenção. Nas capas de revista, o rosto das pessoas pode ser valorizado utilizando a estratégia da unidade. O foco se fragmenta quando há muito contraste de cor entre os recursos gráficos e textuais da capa, por exemplo.



#### 2.3.6. Economia/Profusão

Essas duas técnicas trabalham com quantidade de informação na página, envolvendo conteúdo textual, marcas gráficas, elementos da fotografia ou da ilustração; uma capa econômica tentaria organizar os elementos com sensatez e simplicidade. A profusão trabalha com a ornamentação dos elementos e da página em si, e entra em consonância com Mike Featherstone (2001), que traz o conceito de “promiscuidade estilística”, como sendo uma característica central associada ao pós-modernismo nas artes: uma derrocada da distinção hierárquica entre a alta cultura e a cultura de massa; uma mistura desordenada de códigos e signos.

#### 2.3.7. Minimização/Exagero

A minimização preza, segundo Dondis (2007), pela resposta imediata a elementos mínimos. Se a economia trabalha com a quantidade de elementos reduzida, a minimização refere-se ao modo como esses poucos elementos oferecem uma interpretação. Já o exagero tenta engrandecer semanticamente os elementos da página.

#### 2.3.8. Sutileza/Ousadia

A sutileza trabalha com o requinte e com a delicadeza, entretanto “deve ser criteriosamente concebida para que as soluções encontradas sejam hábeis e inventivas” (DONDIS, 2007; p.150). A ousadia busca visibilidade, chamar a atenção, ou mesmo chocar.

#### 2.3.9. Neutralidade/Ênfase

A neutralidade distrai o leitor para a amplitude do objeto. É a opção para vencer a resistência e a beligerância do observador. Uma atmosfera neutra é quebrada com a ênfase em pontos estratégicos onde o autor busca atenção ou mesmo direcionamento de foco. A ênfase enobrece um único elemento perante os outros.

#### 2.3.10. Planura/Profundidade

Trabalha com perspectiva. Orienta a percepção do observador a partir do tratamento da aparência natural de dimensão. Tem impacto na percepção dos efeitos da luz e nos pontos de destaque na capa da revista.

### **3. Análise comparativa**

#### **3.1. Tema**

Nota-se a partir da análise de frequência de conteúdo a opção por determinados temas na publicação de manchetes semanais das revistas. Em geral, podemos apontar uma polarização desses temas prioritários. Política e Ciência aparecem como os temas mais



recorrentes nas capas das quatro publicações semanais de maior circulação no país ao longo de 2012. Das 207 capas coletadas, 67 abordaram a temática “política”, e 51 trouxeram assuntos relacionados à “ciência”.

Em análises particulares de cada revista, entretanto, essa polarização não se sustenta. A Tabela 1 mostra em números os assuntos mais abordados nas chamadas principais de cada revista durante o ano de 2012. Repare que a disparidade de temas dentro do contexto de uma única publicação só é perceptível de maneira mais incisiva na revista *CartaCapital*, que dedicou mais de 60% de suas manchetes em 2012 apenas para a temática “política”. Podemos destacar também a predominância de manchetes relacionadas à ciência nas capas de *Istoé*, onde as 27 capas com essa temática representam 51,9% das manchetes dessa publicação ao longo de 2012. Ainda que em menor escala, há também uma representação maior de um único tema nas manchetes de *Época*, onde 17 das 52 capas de 2012 abordaram assuntos de “cotidiano”. Na revista *Veja*, temos uma maior homogeneidade de temas escolhidos para manchete ao longo de 2012. Entre os temas mais recorrentes, estão Política e Ciência, representando 28,8% e 25% dos temas destacados pela revista em suas manchetes.

<b>Tema</b>	<b>Carta</b>	<b>Época</b>	<b>Istoé</b>	<b>Veja</b>
<b>Política</b>	31	8	13	15
<b>Economia</b>	11	5	1	7
<b>Ciência</b>	3	8	27	13
<b>Cultura</b>	1	7	3	6
<b>Cotidiano</b>	2	17	4	6
<b>Especial</b>	2	6	2	2
<b>Policial</b>	0	0	2	2
<b>Problemas sociais</b>	1	1	0	1
<b>Total</b>	51	52	52	52

*Tabela 1*

### **3.2. Caráter**

Quanto ao tipo de abordagem que a revista aparenta dar em suas matérias, as chamadas principais tendem a ser do tipo analítico, permeada de interpretações aprofundadas acerca do tema anunciado. Das 207 capas coletadas, 91 parecem dedicar aos temas de suas manchetes uma reportagem munida de informações e dados aprofundados que





explicam em grande amplitude o destaque da capa. Mais uma vez, a proporção não é a mesma quando analisamos as revistas separadamente.

Carta Capital aparece como a revista com maior número de manchetes de caráter analítico. 80% das capas dessa publicação em 2012 figuram nessa categoria. Cabe aqui a relação do caráter com o tema. Considerando a predominância do tema “política” nas capas de Carta Capital, no entrecruzar de dados de tema e de caráter, temos que das 31 manchetes sobre política que a revista publicou em 2012, apenas em seis delas o caráter não foi analítico.

Na revista *Época* também predominam as manchetes de caráter analítico, totalizando 27 das 52 capas em 2012. Entretanto, percebe-se nessa revista um interesse também em se destacar na capa chamadas de caráter instrutivo (19 das 52), onde o texto da manchete aponta para matérias que se propõem a aumentar a bagagem cultural do leitor, como explicado no tópico 2.1 deste artigo. Cruzando as informações de tema e caráter, percebemos uma predominância do tema “cotidiano” (o mais abordado nas capas da revista em 2012) para reportagens de caráter analítico. Nove das 17 manchetes de “cotidiano” trazem um direcionamento analítico à reportagem interna. Destaca-se aqui também a relação entre manchetes de tema economia, que não é uma constante nas manchetes de *Época* (sendo tema de apenas 5 chamadas principais ao longo do ano), com o caráter analítico: todas as capas com manchetes de “economia” direcionam para reportagens de caráter analítico.

Em *Istoé*, predominam as manchetes de caráter instrutivo, que somam 34 das 52 capas de 2012. Vale lembrar aqui que a revista publicou em 2012 uma grande quantidade de manchetes envolvendo ciência, e pensando no jornalismo como um veículo tradicional de divulgação e transmissão de informação científica para um público leigo (ALBAGLI, 2013), amplo e geral como o de uma revista de circulação nacional, a relação entre matérias de caráter instrutivo com temáticas científica se torna pertinente e até mesmo autoexplicativa.

Nas manchetes de *Veja*, há a predominância de direcionamentos instrutivos e analíticos, 20 e 15, respectivamente, pensando no universo das 52 capas coletadas da revista em 2012, conforme a Tabela 2. Entretanto, a revista *Veja* se destaca nesse ponto de análise no que se refere às capas com manchetes que apontam para um caráter relacional, ou seja, quando o personagem/acontecimento estampado na capa da revista é anunciado mas para que se fale de outro tema. Em números, a revista trouxe em 2012 sete capas

com esse tipo de direcionamento, ao passo que das outras três revistas, apenas a *Época* também utilizou este recursos (em duas capas).

<b>Caráter</b>	<b>Carta</b>	<b>Época</b>	<b>Istoé</b>	<b>Veja</b>
<b>Denuncista</b>	9	3	2	9
<b>Analítico</b>	41	27	16	15
<b>Instrutivo</b>	1	19	34	20
<b>Relacional</b>	0	2	0	7
<b>Sem definição*</b>	0	1	0	1
<b>Total</b>	51	52	52	52

*Tabela 2 - \*Em duas revistas, das 207 coletadas, a manchete foi dada apenas pela referência à obra de Oscar Niemeyer, quando da morte do arquiteto em dezembro de 2012. Optou-se, nestes dois casos, por não classificar o direcionamento que a revista aparentava dar à matéria pela capa pela falta de informações textuais complementares.*

### 3.3. Abrangência

No que se refere à abrangência das manchetes das revistas, no sentido territorial/político diretamente ligado ao tema da chamada, temos um resultado já esperado de valorização de temas de amplitude nacional. 120 da 207 capas coletadas têm apelo territorial referente ao Brasil. Entretanto, como registro de indício, percebe-se uma tendência de afastamento da ligação territorial/política dos temas das manchetes de algumas revistas. A maioria das capas de *Época* e de *Istoé* trazem manchetes sem apelo territorial definido, como em chamadas sobre saúde, dinheiro e qualidade de vida. Confira na Tabela 3 alguns exemplos desse tipo de capa, que em um universo de 104 (soma das capas analisadas das duas revistas), somaram em 2012 o número de 54.

<b>Abrangência</b>	<b>Carta</b>	<b>Época</b>	<b>Istoé</b>	<b>Veja</b>
<b>Local</b>	0	0	0	0
<b>Regional</b>	4	0	0	0
<b>Nacional</b>	39	25	25	31
<b>Internacional (ou sem apelo territorial)*</b>	8	27	27	21
<b>Total</b>	51	52	52	52

*Tabela 3 - \*Considerou-se “internacional” as capas em que os assuntos não traziam explicitamente nenhum apelo territorial/político/geográfico.*

### 3.4 Fotografia e ilustração



A contagem da recorrência de tipo de imagem da chamada principal nas capas das revistas nos põe em condição de perceber diferentes tratamentos das publicações no que se refere às imagens da capa. Antes, há que se reconhecer o cenário geral, com uma preferência apontada numericamente na Tabela 4, para capas onde se mesclam fotografia e ilustração e prevalece a fotografia; ou seja, no espaço da capa, há aspectos digitais, de edição ou traços manuais, mas a fotografia ocupa o maior espaço na página. Das 207 capas analisadas, 61 têm essa característica. Estatisticamente, é a que mais aparece, mas seguida de perto de outros tipos de tratamento de imagem na chamada principal: 51 capas trouxeram apenas ilustração na manchete, 47 trouxeram apenas fotografia, e em 45 a ilustração prevaleceu sobre a fotografia quando da mistura das duas. Trata-se portanto de um cenário bastante equilibrado do uso de fotografia e ilustração nas capas das revistas.

Entretanto, se as analisarmos separadamente, chega-se a dois tratamentos especiais. No primeiro grupo, Carta Capital e Época aparecem como publicações onde não se consegue rotular o uso de imagens na capa, devido ao equilíbrio entre utilização de fotografia, ilustração ou da mistura entre elas, prevalecendo a fotografia. Os números de publicações que trouxeram cada característica é semelhante, representando de 23% a 33% das capas dessas publicações ao longo do ano. Dado importante nessa contagem é que se trata das revistas que mais trouxeram capas em que apenas uma fotografia ilustra a manchete; e ao mesmo tempo, são as duas revistas em que mais aparecem ilustrações digitais ou manuais –e somente isso- para ilustrar a manchete.

Já Veja e Istoé, também com números parecidíssimos, aparecem como revistas em que a mistura entre fotografia e ilustração é praticamente sagrada. Nos dois casos, capas que trazem a mistura de fotografias e ilustrações representam 65% do total de capas do ano.

<b>Tipo de imagem</b>	<b>Carta</b>	<b>Época</b>	<b>Istoé</b>	<b>Veja</b>
<b>Fotografia</b>	15	15	9	8
<b>Ilustração</b>	17	15	9	10
<b>Foto&gt;Ilust</b>	12	15	17	17
<b>Ilust&gt;Foto</b>	4	7	17	17
<b>Total</b>	51	52	52	52

*Tabela 4*

### **3.5. Inteligência visual**

A partir da observação da frequência com que são utilizadas algumas técnicas de diagramação que Dondis (2007) chama de estratégias de “inteligência visual”, podemos



mapear quais são as mais utilizadas na diagramação das capas das revistas semanais de maior circulação do Brasil. Lembrando que os números se referem sempre a um universo de 207 capas coletadas, temos como estratégias mais recorrentes: em primeiro lugar, a assimetria, presente em 126 capas, que revela uma tentativa de harmonia a partir da fuga de padrões enfadonhos e de simplicidade absoluta (DONDIS, 2007). Chinen (2011) coloca que uma preocupação central no trabalho de diagramação se refere a disposição dos elementos.

“Uma composição assimétrica causa uma espécie de estranhamento, uma desuniformidade que provoca o espectador a se deter em cada forma para construir o seu significado. Essa solução acaba se tornando uma ferramenta muito mais eficiente para fixar uma informação na mente do observador” (CHINEN; 2011, p.31)

A segunda técnica mais utilizada nas capas de revista de 2012 foi o recurso da ênfase, com 125 ocorrências, que tira da neutralidade pontos específicos da capa. Tida como uma das estratégias mais importantes de diagramação, a técnica do equilíbrio aparece em terceiro lugar entre os critérios mais utilizados nas capas das revistas em 2012, com 121. Com 119 aplicações, as técnicas de irregularidade e de unidade completam o quadro das cinco estratégias de inteligência visual mais utilizadas nas capas das revistas semanais em 2012. Pode-se observar também a partir dos dados coletados que o recurso da fragmentação foi o menos utilizado pelas revistas durante o ano, totalizando 53 usos entre as quatro revistas.

Chama atenção o caso de Istoé no que se refere aos critérios definidos por Dondis (2007) como estratégias de inteligência visual. A revista foge à regra no que diz respeito a quatro critérios: complexidade, ousadia, exagero e profusão. Enquanto as outras revistas analisadas ficam na casa das 20 ocorrências desses quatro critérios ao longo do ano, Istoé os utiliza em no mínimo 55% do total de revistas publicadas no ano. Observe na Tabela 5 a recorrência de todos os critérios analisados em todas as revistas ao longo do ano.

<b>Estratégia</b>	<b>Carta</b>	<b>Época</b>	<b>Istoé</b>	<b>Veja</b>
<b>Equilíbrio</b>	28	34	33	26
<b>Instabilidade</b>	23	18	19	26
<b>Simetria</b>	19	19	21	22
<b>Assimetria</b>	32	33	31	30
<b>Regularidade</b>	22	21	22	23
<b>Irregularidade</b>	29	31	30	29
<b>Simplicidade</b>	30	28	18	29



<b>Complexidade</b>	19	21	31	18
<b>Unidade</b>	33	31	28	27
<b>Fragmentação</b>	18	11	16	8
<b>Economia</b>	29	26	16	26
<b>Profusão</b>	20	22	30	23
<b>Minimização</b>	21	21	10	17
<b>Exagero</b>	21	23	31	22
<b>Sutileza</b>	31	28	15	25
<b>Ousadia</b>	20	20	33	22
<b>Neutralidade</b>	15	13	17	14
<b>Ênfase</b>	32	32	27	34
<b>Planura</b>	23	28	16	19
<b>Profundidade</b>	28	24	34	33

*Tabela 5*

#### **4. Considerações finais**

A partir da análise quantitativa dos dados coletados, pode-se compreender aspectos do processo editorial das capas de revistas semanais de maior circulação no Brasil em 2012. Pensando em aspectos gerais, a proeminência do tema “política” nas capas das revistas revela e reforça uma característica contemporânea básica envolvendo mídia e sua atuação, como nos lembra Miguel (2002): “É necessário o reconhecimento de que a mídia é um fator central na vida política contemporânea e que não é possível mudar este fato” (p.158). O destaque que as revistas dão a personagens e fatos políticos nacionais ampliam o acesso do grande público à política e a seus discursos de forma mais permanente, ainda que o enquadramento (GOFFMAN; 1974) e outras variáveis possa determinar o modo como cada revista dá visibilidade a esses elementos. A recorrência do tema “ciência” entre os tópicos mais trazidos nas manchetes das revistas no ano passado vai à contramão da ideia de que o jornalismo científico não recebe atenção da grande mídia no Brasil atualmente. Pode-se concluir também uma diferenciação nas políticas editoriais das revistas no que se refere a temas prioritários. Época, por exemplo, ao trazer, na maioria de suas capas, temas de “cotidiano”, busca um nicho específico na sociedade, com temas mais soft (SOUSA, 1999), em que as notícias não têm apelo factual, e referem-se a “ocorrências sem grande importância e que, geralmente, são armazenadas e apenas difundidas quando tal é conveniente para a organização noticiosa” (SOUSA, 1999). A utilização de um grande número de



reportagens com caráter instrutivo também mostra que o “soft news” aparece como uma tendência muito forte entre as publicações.

Pode-se afirmar também que a fotografia, como uma das formas de construção e representação da realidade, não está sendo deixada de lado pelas capas de vista, em detrimento de recursos digitais e de ilustração. O que acontece nas revistas hoje é uma mescla entre fotografia e ilustração, mas o uso da fotografia ainda se coloca como preferencial entre as revistas.

Em aspectos gráficos, pode-se perceber tentativas de adaptação por parte das revistas a recursos e fenômenos da editoração contemporânea, que busca cada vez mais chamar a atenção do público e atrai-lo para o consumo. Quanto ao tema, passa-se a questionar o motivo da atenção excessiva das revistas semanais a temas soft, como “ciência” e “cotidiano”, em detrimento de pautar em suas capas temas factuais e atuais. O caráter semanal das revistas é posto em xeque ao se abrir mão de aprofundamentos em temas factuais e acabar caindo em reflexões sobre comportamento.

### Referências bibliográficas

ALBAGLI, S. Divulgação científica: Informação científica para cidadania. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 25, n.6, set/dez.1996. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/cienciadainformacao/index.php/ciinf/article/view/465/424>> Acesso em: 16 Abr 2013.

ANER. IVC-Maiores Semanais. Disponível em: <<http://www.aner.org.br/Conteudo/1/artigo42424-1.asp>> Acesso em: 13 mai 2012.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e técnica**. São Paulo: Editora Ática, 1990.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 4ª Ed. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2003.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Portugal: Edições 70, 2008.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

CAETANO, Paulo Francisco. Um diálogo visual: A importância de ensino de planejamento visual gráfico na formação de profissionais de comunicação. *Revista Esfera*, Macaé: n.1, v.1, jan/jun 2008. Disponível em < [http://www.fsma.edu.br/esfera/Artigos/Artigo\\_Paulo.pdf](http://www.fsma.edu.br/esfera/Artigos/Artigo_Paulo.pdf)> Acesso em 13 abr. 2013

CHINEN, Nobu. **Curso Básico**: Design Gráfico. São Paulo: Editora Escala, 2011.

DORNELES, Vanderlei. Do verbal para o visual: status de imagem nas revistas semanais de informação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Porto Alegre: 2004. Anais... São Paulo: Intercom, 2004.



FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

GOFFMANN, Erving. **Frame analysis**. Nova York: Harper y Row, 1974.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

MARX, Karl. **Manuscritos Econômico-Filosóficos**. Lisboa: Edições 70, 1844

MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. *Revista online Lua Nova*. n.55. p.155-184: 2002. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-64452002000100007>> Acesso em 17 Abr. 2013.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação**: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

SILVA, Ana Cristina Teodoro. **Temporalidades em imagens da imprensa**: capas de revistas como signos de olhares contemporâneos. Maringá: Eduem, 2011.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos**: as teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos. Lisboa: MinervaCoimbra, 1999.