



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE TECNOLOGIA
DEPARTAMENTO DE ARQUITETURA, URBANISMO E DESIGN
GRADUAÇÃO EM DESIGN

ANA GISELLE MELO FERNANDES

DESIGN DE JORNAIS
Uma análise do *redesign* do jornal *O Povo*

FORTALEZA
2019

ANA GISELLE MELO FERNANDES

DESIGN DE JORNAIS
Uma análise do *redesign* do jornal *O Povo*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design do Departamento de Arquitetura, Urbanismo e Design da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Design.

Orientador: Me. Leonardo Araújo da Costa

FORTALEZA
2019

ANA GISELLE MELO FERNANDES

DESIGN DE JORNAIS
Uma análise do *redesign* do jornal *O Povo*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design do Departamento de Arquitetura, Urbanismo e Design da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Design.

Aprovada em ____ / ____ / ____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Leonardo Araújo da Costa (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^ª. Dr^ª. Camila Bezerra Furtado Barros
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Me. Carlos Felipe Araújo Goes

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

F398d Fernandes, Ana Giselle Melo.

Design de jornais : uma análise do redesign do jornal O Povo / Ana Giselle Melo Fernandes. – 2019.
159 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Tecnologia,
Curso de Design, Fortaleza, 2019.

Orientação: Prof. Me. Leonardo Araújo da Costa.

1. Design de jornais. 2. Redesign. 3. Jornal O Povo. 4. Análise. I. Título.

CDD 658.575

RESUMO

O presente estudo aborda o processo de *redesign* do jornal *O Povo* ocorrido em janeiro de 2018 e o valor identitário dos elementos compositivos dentro do jornalismo impresso. Para tanto, foram analisadas graficamente dezessete capas do periódico, por meio de análises de ordem quantitativa e qualitativa, a fim de identificar os elementos compositivos adotados pelo periódico e documentar a transição gráfica entre os dois projetos. Na análise gráfica, foram considerados os autores Rabaça e Barbosa (2014), Caldwell e Zappaterra (2014) e Associação dos Designers Gráficos (2012) para uma compilação de termos que desdobrou-se na análise descritiva das capas, com objetivo de elencar as linhas de semelhança e ruptura entre o projeto anterior e posterior a reformulação gráfica de 2018 e abordar se existe uma padronização gráfica no projeto atual.

Palavras-chave: Design de jornais; Design; Jornalismo Visual; Jornal *O Povo*; Redesign; Comunicação.

ABSTRACT

This study addresses the redesign process of the newspaper *O Povo* that took place in January 2018 and the identity value of compositional elements within printed journalism. Seventeen covers of the newspaper were graphically analyzed, using quantitative and qualitative analyzes, in order to identify the compositional elements adopted by the newspaper and document the graphic transition between the two projects. In the graphic analysis, authors Rabaça and Barbosa (2014), Caldwell and Zappaterra (2014) and Associação dos Designers Gráficos (2012) were considered for a compilation of terms that unfolded in the descriptive analysis of the covers, in order to list the lines of similarity and rupture between the project before and after the graphic reformulation of 2018 and address whether there is a graphic standardization in the current project.

Keywords: Newspaper Design; Design; Visual Journalism; *O Povo* Newspaper; Redesign; Communication.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	– Tamanhos de jornais.	22
Figura 2	– Exemplificação das <i>linhas de projeto da fonte Georgia</i>	25
Figura 3	– Esquematização dos traços anatômicos.	26
Figura 4	– Exemplificação de tipos com mesmo tamanho em pontos, mas com diferentes altura-x.	26
Figura 5	– Exemplificação das sete variações estruturais de Niemeyer (2010).	28
Figura 6	– Exemplificação dos quatro modos de alinhamento.	29
Figura 7	– Capas da edição de 09/09/2019 dos jornais <i>O Globo, Folha de S.Paulo e O Estado de S.Paulo</i>	31
Figura 8	– Exemplificação dos principais elementos associados a legibilidade.	32
Figura 9	– Chamadas da edição de 09/09/2019 do jornal <i>O Globo</i>	36
Figura 10	– Chamadas da edição de 09/09/2019 do jornal <i>Folha de S. Paulo</i>	37
Figura 11	– Exemplificação das estruturas básicas de grid.	39
Figura 12	– Exemplificação das estruturas básicas de grid.	40
Figura 13	– Exemplificação de templates de grade para jornais e revistas.	41
Figura 14	– Exemplificação do grid do jornal <i>O Globo</i>	42
Figura 15	– Esquematização dos componentes do jornal, baseado da ADG (2012), Rabaça e Barbosa (2014), Caldwell e Zappaterra (2014), Harrower e Elman (2013) e Marcelli (2006).	45
Figura 16	– Capa da primeira edição do jornal <i>O Povo</i> (07/01/28).	46
Figura 17	– Capas do <i>Especial O POVO 90 anos, Manual O POVO, Especial 90 + 10 e Projeto 90 anos</i> , respectivamente.	48
Figura 18	– Capas da edição do jornal <i>O Povo</i> de 17/01/2018 e 18/01/2018 e do <i>Manual O POVO</i>	49
Figura 19	– Páginas 8 e 9 do <i>Manual O POVO</i> , respectivamente.	51
Figura 20	– Capas do corpus da pesquisa.	54
Figura 21	– Esquematização da divisão das capas para análise descritiva.	59
Figura 22	– Esquematização de um componente chamada da edição 18/04/2018.	61
Figura 23	– Esquematização dos elementos do componente manchete da edição 18/09/2018.	62
Figura 24	– Esquematização da capa da edição de 18/01/2018.	63
Figura 25	– Logotipo da edição de 18/01/2018.	63

Figura 26 – Esquematização do componente fôlio da edição de 18/01/2018.	64
Figura 27 – Esquematização do componente rodapé da edição de 18/01/2018.	64
Figura 28 – Esquematização do componente manchete da edição de 18/01/2018.	65
Figura 29 – Esquematização das chamadas semelhantes da edição de 18/01/2018.	66
Figura 30 – Esquematização da chamada avulsa da edição de 18/01/2018.	67
Figura 31 – Logotipos do projeto antigo (das edições de 11/01/2018 e 14/01/2018 respectivamente).	68
Figura 32 – Logotipos do projeto novo (das edições de 18/01/2018 e 18/02/2018, respectivamente).	68
Figura 33 – Fólios do projeto antigo (das edições de 11/01/2018 e 14/01/2018, respectivamente).	69
Figura 34 – Fólios do projeto novo (das edições de 18/01/2018 e 18/02/2018, respectivamente).	69
Figura 35 – Rodapé do projeto antigo (da edição de 11/01/2018).	70
Figura 36 – Rodapé do projeto novo (da edição de 18/09/2018).	70
Figura 37 – Componente manchete do projeto antigo, das edições de 17/01/2018 e 14/01/2018, respectivamente.	71
Figura 38 – Componente manchete “padrão” do projeto novo da edição de 18/12/2018.	72
Figura 39 – Diversos tipos de chamadas presentes em ambos os projetos.	74
Figura 40 – Chamadas padrões do projeto gráfico antigo do jornal <i>O Povo</i>	76
Figura 41 – Chamadas padrões do projeto gráfico atual do jornal <i>O Povo</i>	77
Figura 42 – Família Amplitude.	78
Figura 43 – Características estéticas da fonte Amplitude Medium.	79
Figura 44 – Fontes da família DIN Next.	80
Figura 45 – Fontes da família Silva.	81
Figura 46 – Esquematização comparativa entre a altura das versais, com a altura de x, dos ascendentes e dos descendentes, das fontes Amplitude Book, DIN Next Pro Regular, Silva Text Book e Silva Display Book.	82
Figura 47 – Esquematização comparativa entre as fontes DIN Next Pro Heavy e Amplitude Condensed Ultra.	83
Figura 48 – Esquematização comparativa entre as fontes Silva Text e Display.	84
Figura 49 – Recortes dos componentes que usam itálico, edições de 13/01/2018, 18/02/2018 e 18/09/2018, respectivamente.	85

Figura 50 – Elementos destacados em azul utilizam fontes com largura condensada, edição de 11/01/2018.....	86
Figura 51 – Capas do jornal <i>O Povo</i> das edições de 11/01/2018, 18/01/2018 e 18/01/2019, respectivamente.....	87
Figura 52 – Partes das capas do jornal <i>O Povo</i> das edições de 11/01/2018 e 18/01/2019...87	
Figura 53 – Edição dominical antes do redesign (14/01/2018).....	88
Figura 54 – Capas das edições de 09/09/2019 dos jornais <i>Público</i> e <i>O Globo</i>	89
Figura 55 – Capas das edições do jornal <i>O Povo</i> de 18/06/2018, 18/07/2018 e 18/10/2018, respectivamente.....	90
Figura 56 – Cores utilizadas na capa da edição 11/01/2018.	91
Figura 57 – Chamadas das edições do projeto antigo.	91
Figura 58 – Páginas internas da edição de 11/01/2018 do projeto antigo.	92
Figura 59 – Capa e páginas internas da edição de 14/01/2018 do projeto antigo.	93
Figura 60 – Mapeamento de cores utilizadas no projeto antigo.....	93
Figura 61 – Cores utilizadas na capa da edição 18/12/2018.	94
Figura 62 – Páginas internas da edição de 18/12/2018.	95
Figura 63 – Mapeamento de cores utilizadas no atual projeto.	95
Figura 64 – Grid do jornal antes da reformulação gráfica.....	96
Figura 65 – gotipos do jornal <i>O Povo</i> antes e após o <i>redesign</i> , respectivamente.	97
Figura 66 – Fólios do jornal <i>O Povo</i> antes e após o <i>redesign</i> , respectivamente	98
Figura 67 – Fólios do jornal <i>O Povo</i> antes e após o <i>redesign</i> , respectivamente.	99
Figura 68 – Componente manchete do projeto antigo e novo, respectivamente.....	100
Figura 69 – Chamadas do caderno <i>Vida&Arte</i> e da editoria <i>Esportes</i> do projeto antigo e novo, respectivamente.....	102
Figura 70 – Chamadas padronizadas do projeto gráfico antigo e atual do jornal <i>O Povo</i> . 102	
Figura 71 – Exemplo de interferência na leitura do logotipo do jornal <i>O Povo</i>	103
Figura 72 – Fólios do jornal <i>O Povo</i>	104
Figura 73 – Rodapés do jornal <i>O Povo</i>	104

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	– Intercalação do corpus de pesquisa.....	53
Tabela 2	– Dominância da composição do componente manchete no projeto antigo.....	71
Tabela 3	– Dominância da composição do componente manchete no projeto atual.....	73
Tabela 4	– Dominância da composição do componente chamada no projeto antigo.....	75
Tabela 5	– Dominância da composição do componente chamada no projeto atual.....	76

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	JORNAL.....	15
2.1	Mídia Impressa: Jornal.....	15
2.2	O jornal na contemporaneidade.....	17
3.	DESIGN DE JORNAIS.....	19
3.1	Tipografia.....	23
3.1.1	<i>Anatomia do tipo.....</i>	24
3.1.2	<i>Typeface, estilo e famílias tipográficas.....</i>	27
3.1.3	<i>Variações estruturais do tipo.....</i>	27
3.1.4	<i>Combinação de tipos.....</i>	28
3.1.5	<i>Alinhamento.....</i>	29
3.1.6	<i>Hierarquia tipográfica.....</i>	30
3.1.7	<i>Legibilidade e leitura.....</i>	31
3.1.8	<i>Tipografia para jornal.....</i>	33
3.2	Paleta de cores.....	35
3.3	Grid.....	37
3.4	Elementos compositivos e layout.....	43
4.	O JORNAL <i>O POVO</i>	46
4.1	Reelaboração do projeto gráfico e editorial.....	47
5	METODOLOGIA.....	52
6	ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS	58
6.1	Análise descritiva.....	58
6.1.1	<i>Resultados da análise descritiva.....</i>	67
6.1.1.1	<i>Logotipo.....</i>	68

6.1.1.2	<i>Fólio</i>	69
6.1.1.3	<i>Rodapé</i>	70
6.1.1.4	<i>Manchete</i>	70
6.1.1.5	<i>Chamada</i>	73
6.2	Análise comparativa	77
6.2.1	Tipografia	77
6.2.1.1	<i>Anatomia</i>	82
6.2.1.2	<i>Estilos</i>	84
6.2.1.3	<i>Combinação de fontes</i>	86
6.2.1.4	<i>Alinhamento</i>	89
6.2.2	Paleta de cores	90
6.2.3	Grid	95
6.2.4	Elementos compositivos e layout	97
6.2.4.1	<i>Logotipo</i>	97
6.2.4.2	<i>Fólio</i>	98
6.2.4.3	<i>Rodapé</i>	99
6.2.4.4	<i>Manchete</i>	100
6.2.4.5	<i>Chamada</i>	101
6.3	Análise de padronização visual	103
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	106
8	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109
	APÊNDICE A – ANÁLISE DESCRITIVA	113
	ANEXO A – CONTRATO DE CESSÃO DE CONTEÚDO DO JORNAL O POVO	161

1 INTRODUÇÃO

Desde o final do século XX, ocorreram inúmeras reformulações gráficas de jornais em paralelo às amplas discussões acerca dos meios digitais e da sobrevivência das mídias impressas. Nesse processo, percebeu-se o crescimento da importância do design dentro do jornalismo frente às exigências de um público mais visual e com maior acesso à informação. Dentre os muitos aspectos que permeiam a relação entre design e jornalismo nos tempos atuais, o presente estudo aborda o processo de *redesign* e o valor identitário dos elementos compositivos dentro do jornalismo impresso.

Com esse enfoque e baseado na afirmação de Moraes (2015, p. 12), de que tanto o “design como os jornais são espelhos das sociedades nas quais são produzidos”, realizamos um recorte regional, no qual foi escolhido o periódico cearense *O Povo*, que em janeiro de 2018 completou noventa anos e realizou um amplo *redesign* em suas páginas, desenvolvido inteiramente pela equipe do jornal. Ademais, é importante destacar os prêmios recebidos pelo jornal no que se refere ao seu aspecto gráfico, como as medalhas de bronze por duas capas no prêmio internacional *ÑH*, da *Society for News Design*, no ano de 2018 (*ÑH18*, 2018, p. 4) e cinco *Prêmios ExxonMobil* (também conhecido como *Esso*) na categoria “Criação Gráfica” durante sua trajetória (O POVO, 2018d, p. 134), o que denota a importância do periódico no âmbito do design de jornais.

É essencial destacar que embora seja uma importante publicação do estado do Ceará, figurando como a mais antiga em atividade, foram encontrados poucos estudos que abordassem o design do *O Povo* e nenhum que contemplasse a reformulação gráfica realizada pelo jornal em 2018. Os únicos trabalhos encontrados que discorrem sobre os aspectos visuais do periódico foram os artigos “*Andrés Guevara e a evolução gráfica do jornal O Povo*” de Rodrigo do Espírito Santo da Cunha (2009), que trata sobre a primeira mudança gráfica significativa do jornal *O Povo* feita em 1944; o “*O design e a representação dos gêneros no discurso jornalístico*” de Eduardo Nunes Freire e Rodrigo do Espírito Santo da Cunha, no qual são analisadas comparativamente edições dos jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste* com intuito de entender como os elementos do design participam da construção de sentido e da identificação dos gêneros; o “*Design Editorial e o Especial de Grande Reportagem em O Povo*” de Yara Medeiros dos Santos, um estudo sobre o design do especial *Sertão a ferro e fogo*; e a dissertação “*A tipografia como manifestação cultural*” de Ismael Lopes Mendonça, uma análise das representações simbólicas da tipografia nos especiais *Planeta seca* (2012) e *Sertão a ferro e fogo* (2014).

O tema da pesquisa surgiu a partir da edição de estreia do novo projeto, juntamente à publicação do *Manual O POVO*, ambas publicadas em 18/01/2018. Como leitora do jornal, a autora acompanhou os inúmeros *teasers* veiculados no periódico sobre a reformulação e, como estudante de design, viu-se diante de uma publicação de grande importância no Estado que mudou completamente sua apresentação visual. Após o *redesign* do periódico, surgiram os seguintes questionamentos: quais são os elementos compositivos presentes na reformulação do jornal *O Povo*? De que modo o projeto gráfico define e distingue este veículo? Como ocorre a padronização gráfica do periódico? Qual a relação do novo projeto com o anterior?

Tendo em vista tais questões lançadas na época, o tema proposto demonstrou-se relevante e desdobrou-se em uma ampla pesquisa. Como resultado dela, o presente trabalho tem por objetivo geral realizar uma análise gráfica do atual projeto gráfico do jornal *O Povo* com o propósito de elencar seus elementos compositivos para produzir um registro documental do *redesign* do periódico que contemple o comportamento e a função dos elementos adotados.

Para alcançar tal objetivo geral, a pesquisa tem os seguintes objetivos específicos: a) produzir um glossário capaz de caracterizar todos os elementos compositivos empregados nas capas do jornal *O Povo* atualmente; b) comparar o comportamento dos elementos compositivos do antigo e do atual projeto gráfico do jornal *O Povo*, a fim de identificar as linhas de continuidade e de ruptura entre eles; c) identificar quais elementos compositivos possuem maior peso na determinação da identidade visual da primeira página do jornal.

Para tanto, procurou-se entender sobre as duas grandes áreas que envolvem esse objeto, o jornalismo impresso e o design de notícias. Diante disso, o referencial teórico foi definido, buscando a compreensão desse segmento de mídia específico e suas mudanças na era digital (capítulo 2), as técnicas de composição dos jornais e seus elementos, especificamente, tipografia, paleta de cores e grid (capítulo 3) e a história do *O Povo* e sua trajetória gráfica, de modo a contextualizar o processo de redesenho (capítulo 4).

Cabe ressaltar o valor dado à mídia escolhida para análise, que possui grande importância cultural, social e histórica. O jornal é um meio de comunicação em massa com ampla influência e alcance, de forma que as mensagens veiculadas em suas páginas, tanto verbais quanto visuais, chegam a um grande número de pessoas. Portanto, a escolha do jornal enquanto objeto de estudo fundamenta-se na sua importância enquanto produto e no grande alcance desse meio. Além disso, conforme afirmam Moraes (2015) e Franchi (2013) a relação entre os universos de design e jornalismo se tornou mais estreita desde o final do século XX, com o surgimento de consultorias gráficas para empresas jornalísticas, algo que pontuou a

passagem do design de elemento ornamental para ferramenta necessária dentro da conjuntura de transformação da indústria de comunicação.

Por fim, é relevante destacar que no âmbito acadêmico, as publicações que abordam especificamente o design de jornais são escassas e, em geral, se concentram na esfera sudeste do país. Desse modo, o presente trabalho pretende contribuir para endossar o campo investigativo do design de jornais, tendo como objeto de estudo uma publicação cearense.

2 JORNAL

2.1 Mídia Impressa: Jornal

Uma das características que mais diferencia o jornal impresso das demais publicações, como livros e revistas, é “a função singular de coletar, publicar e disseminar notícias dentro de um tempo crítico” (BAHIA, 2009, p.82). De tal modo, ao abordar o jornalismo impresso, é necessário ressaltar o curto tempo de produção dessa mídia, que precisa ser coletada, diagramada, impressa e, por fim, distribuída em menos de 24 horas, aspecto determinante para a forma desta publicação enquanto produto e para a *práxis* jornalística. Além disso, esse consumo denota um curto ciclo de vida desta publicação, refletindo diretamente em sua materialidade, constituída “de folhas soltas (geralmente não grampeadas nem coladas) dobradas em um ou mais cadernos” (BARBOSA; RABAÇA, 2001, p.43 apud MORAES, 2015, p. 13), de modo a ser “barato o suficiente para perecer e ser novamente adquirido no dia seguinte” e, simultaneamente, com conteúdo “elaborado de modo a motivar e justificar esse ciclo de consumo”(MORAES, 2015, p.14)

No *Dicionário essencial da comunicação*, Rabaça e Barbosa (2014) definem jornal como “veículo impresso, noticioso e periódico, de tiragem regular”, que originalmente referia-se às gazetas diárias, mas hoje, estende-se a várias periodicidades, sendo comuns periódicos diários, semanários e mensários. Dentre os tipos citados, os jornais diários de grande circulação, publicam “notícias de caráter geral, distribuídas por várias seções (política, economia, polícia, esportes, cultura, utilidade pública, entretenimento, entre outras), em âmbito local, nacional ou internacional” (RABAÇA; BARBOSA, 2014, p. 144).

De acordo com Juarez Bahia (2009), a extensão do conteúdo jornalístico à tantos campos de informação foi resultado de diversas transformações ocorridas nesse meio nas últimas décadas, de modo que os jornais passaram da função descritiva e opinativa para a do “divertimento, a promoção, a educação, a atualização, a cultura e a orientação pública – num contexto de vida comunitária local, nacional e internacional”, esclarecendo sobre questões

ideológicas, políticas e sociais. Assim, tais transformações suscitarão ao jornal uma “concepção informativa e analítica que associa ao jornalismo um conjunto de referências que vai do esmiuçamento dos fatos à organização e inteligibilidade da notícia” (BAHIA, 2009, p.104).

Podemos relacionar a concepção mais ampla e analítica do jornal ao consumo de informações contemporâneo, associando ao apontamento de Mário Garcia (apud Caldwell; Zappaterra, 2014, p. 45) – CEO da García Media e consultor gráfico de jornais, com projetos para o *The Wall Street Journal* e o *The Washington Post* – de que a antiga definição de notícia “é o que eu descobro hoje que não sabia ontem” enquanto a atual é a do que “eu entendi hoje, sobre o que eu descobri ontem”. Ou seja, a notícia chega por outros meios ao leitor, de modo que as informações contidas nas páginas dos periódicos, em geral, não são o primeiro contato do público com a notícia.

Nesse sentido, é importante abordar que tais mudanças estão inseridas em um campo maior que é o sistema de comunicação, o qual, segundo Manuel Castells (2005, p.40), desde o advento das redes de computadores e das novas mídias, “fala cada vez mais uma língua universal digital” que integra a produção e distribuição de conteúdo, e os personaliza de acordo com o gosto dos indivíduos, “criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela” (CASTELLS, 2005, p.40). De modo que tal *revolução tecnológica* é “caracterizada pela capacidade de transformar todas as informações em um sistema comum de informação, processando-as em velocidade e capacidade cada vez maiores e com custo cada vez mais reduzido” (CASTELLS, 2005, p.69).

Dessa forma, percebemos como o sistema midiático e o modo de difusão de informação transformou-se na era digital, com as novas mídias modificando amplamente o sistema de comunicação, de maneira que a integração da produção com a distribuição dos conteúdos aumentou a velocidade de propagação e a quantidade de informações que os indivíduos têm acesso. Podemos fazer uma relação com o apontamento de Bahia (2009) sobre a mudança na concepção do conteúdo jornalístico. Afinal, como colocado por Rabaça e Barbosa (2014), o jornal tem como primórdio ser um veículo noticioso, relacionado ao recente, assim, o cenário de convergência digital, na qual a produção e processamento de informações ocorre com velocidade cada vez maior e com custos cada vez menores, citado por Castells (2005), impacta diretamente o jornalismo impresso e tem estreita relação com as transformações ocorridas nesta mídia.

Dentro dessa perspectiva, Francesco Franchi (2013, p.18, tradução nossa) aponta que, apesar do fluxo massivo de informações, estas estão cada vez mais desarticuladas e

dispersivas e que, nesse contexto, o jornal “pode virar uma ferramenta para ajudar as pessoas a encontrarem um caminho ao redor de toda informação”¹, reconstruindo relacionamentos, reconectando eventos “aparentemente distantes e mal compreendidos” e desenhando “cenários que exigem competência e reflexão”².

Por fim, vale ressaltar que o jornal enquanto produto “é o resultado de grandes transformações na imprensa, na sociedade e na história” (BAHIA, 2009, p. 79) e, nesse sentido, é importante salientar como a forma de produção e distribuição deste meio vem sendo reformulada fortemente desde o final do século XX, com inúmeros periódicos fazendo transformações gráficas e editoriais e migrando para os portais online de notícia (MORAES, 2015; FRANCHI, 2013).

2.2 O jornal na contemporaneidade

Segundo a ANJ (Associação Nacional de Jornais), em 2017, por conta das quedas publicitárias e de circulação, vários jornais deixaram de circular, diminuíram o número de páginas e de edições, mudaram o formato e promoveram ajustes em suas estruturas de custo (ANJ, 2018). Um exemplo que demonstra esta conjuntura é o *Jornal do Commercio* (Rio de Janeiro), que na época de sua extinção figurava como o jornal mais antigo em circulação ininterrupta no Brasil e, em abril de 2016, parou de circular completamente depois de 188 anos de existência (AOS 188..., 2016). Além desse caso, pode-se citar o jornal *O Mossoroense* (Rio Grande do Norte), existente desde 1872, que passou a ter apenas a versão *online* em 2016 (JORNAL..., 2015).

Já no cenário mundial, alguns jornais como os britânicos *The Guardian* e *Observer* passaram por grandes reformulações gráficas e corte de custos, mudando do formato *berliner* para o *tabloide*. Sobre tais mudanças, no início de 2018, Katherine Viner, CEO de ambos jornais, anunciou que as reformulações ocorreram devido às quedas de circulação e das publicidades impressas (VINER, 2018).

Podemos relacionar os casos apresentados sobre os jornais brasileiros e os britânicos à uma crise na indústria jornalística, relacionada às transformações ocorridas no sistema de comunicação nas últimas décadas. Nesse sentido, Franchi (2013, p. 18) aponta que, enquanto o jornal impresso é um meio que possui restrições no que tange a quantidade de

¹Do original: “*newspaper could become a tool to help people find their way around all information*”.

²Do original: “*could rebuild relationships, reconnect events that are apparently distant and poorly understood, draw scenarios requiring competence and reflection*”.

informações, a era atual eliminou a noção de limitação e quantidade, reinventando este meio como mídia. Dentre as mudanças mais comuns, vale ressaltar o efeito de “tabloidização” dos jornais que “traduziu no formato tabloide o aspecto da mobilidade presente nos aparelhos de comunicação pessoal (celulares, *laptops* etc.)”, refletindo-se em uma “busca por formas e formatos que pudessem estender sua presença aos novos aparatos” (MORAES, 2015, p. 46-47).

Nessa perspectiva, Mario García pontua que “a tabloidização dos jornais é um fenômeno global”³ (GARCÍA *apud* HARROWER; ELMAN, 2013, p.13, tradução nossa), o qual acredita ser irrefreável. É importante destacar que a redução do formato dos periódicos foi o começo “de uma série de transformações que mudaram o design dos jornais na última década” e está relacionada à mudança de paradigmas simbolicamente associados aos jornais, por exemplo, o formato *broadsheet* “era tradicionalmente associado ao jornalismo de qualidade”⁴, enquanto o *tabloide* aos jornais populares e sensacionalistas (FRANCHI, 2013, p. 125, tradução nossa).

Um caso de transição que demonstra a passagem por três formatos diferentes é o *The Guardian*. Em 2005, este periódico fez a transição do formato *standard* para o *berliner* e, na época, o então diretor Alan Rusbridger assinalou que não mudariam para o formato *tabloide*, como os jornais ingleses *The Times* e *Independent*, pois com a quantidade de informação e anúncios que tinham, teriam edições com 250 páginas (NOVO..., 2005). Entretanto, treze anos depois, o *The Guardian* mudou para o formato *tabloide*, diminuindo ainda mais a área impressa e continuando com um número de páginas razoável.

Além das mudanças de formato, a ascensão das novas mídias possibilitou a criação de novos dispositivos de comunicação, algo que impôs “o desafio de pensar uma versão dos jornais para esses novos meios” (MORAES, 2015, p.47), de forma que muitos jornais migraram para as plataformas de conteúdo digital e a maioria dos periódicos passou a ter tanto a versão impressa quanto digital de seus conteúdos. No Brasil, o jornal pioneiro nessa perspectiva foi o *Jornal do Brasil*, sendo o primeiro a ter portal na *web*, o *JB Online*, e o primeiro periódico a circular somente online (SPANNENBERG; BARROS, 2016, p.234).

Sobre os segmentos impresso e online, dentro do contexto brasileiro, foi encontrada a pesquisa *Atlas de Notícias 2.0*⁵, que revelou que em 2018 o Brasil possuía 3.368 jornais

³ Do original: “*the tabloidization of newspaper is a global phenomenon*”.

⁴ Do original: “*was traditionally associate with quality journalism*”.

⁵ Projeto supervisionado pelo *Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo* (Projor) e desenvolvido pelo *Volt Data Lab*, que tem o intuito de mapear os veículos de comunicação, com enfoque nos “desertos de notícias” (municípios sem cobertura significativa de imprensa) decorrentes das mudanças no setor da comunicação.

impressos e 2.263 sites de notícia. O estudo indicou uma carência de infraestrutura para os serviços online, afirmando que o “Brasil tem 234 milhões de linhas móveis ativas (Anatel, set/2018), mas 30% dos domicílios não possuem nenhuma forma de acesso à Internet (IBGE, 2016)”. O trabalho conclui que, principalmente, fora dos grandes eixos (Rio de Janeiro - São Paulo - Brasília) há uma grande dependência dos segmentos impressos e da rádio e, que o Norte e o Nordeste têm os piores cenários em relação a cobertura da imprensa (ATLAS DE NOTÍCIA, 2018). Diante dessa pesquisa, temos indícios da importância do jornalismo impresso e da carência de acesso às mídias digitais no Brasil, mostrando que apesar da queda em números dos periódicos impressos, essa mídia ainda possui predominância no país.

Por fim, as mudanças ocorridas no sistema de comunicação apresentadas no decorrer deste capítulo refletem diretamente na apresentação visual do jornal e, assim, o próximo capítulo tem por objetivo entender como essas mudanças interferiram no design da página impressa.

3 DESIGN DE JORNAIS

Segundo a Associação dos Designers Gráficos do Brasil (ADG, 2012, p. 70), design gráfico é um “termo utilizado para definir, genericamente, a atividade de planejamento e projeto relativos a linguagem visual”. Nesse amplo campo, encontra-se o design editorial, que abrange as publicações em geral, mais comumente os livros, revistas e jornais. De acordo com Caldwell e Zappaterra (2014, p. 10):

O design de material editorial cumpre diferentes funções, tais como dar expressão e personalidade ao conteúdo, atrair e manter os leitores, e estruturar o material de forma clara. Essas funções têm de conviver e trabalhar juntas de forma coesa para configurar algo que seja agradável, útil ou informativo - geralmente, uma combinação de todos os três (...).

Nesse sentido, Martin Venezky (*apud* CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014, p. 198), diretor de arte da *Speak Magazine*, pontua que o design editorial “é a estrutura por meio da qual uma determinada história é lida e interpretada”. Em paralelo, Timothy Samara (2011, p. 12) assinala que “toda publicação começa como uma ideia, um assunto ou mensagem que possui função mas ainda não tem forma” e que a forma é o diferencial de cada ideia, “destilando seu conteúdo bruto em partes reconhecíveis e envolvendo seu público-alvo por meio de cores, imagens e tipografia específicas”.

Através dessas duas afirmações, podemos dimensionar a importância e a função do design dentro de uma obra e como a apresentação visual é determinante para a interpretação do

conteúdo pelo público. Outrossim, por meio da construção gráfica, o design sintetiza o que a publicação quer passar aos leitores, transformando as ideias do material em mensagens visuais, agregando, dessa maneira, outro discurso além do textual e influenciando a forma como o público percebe e consome a publicação.

Dentro do âmbito editorial existe o jornal, que, conforme abordado no capítulo anterior, se diferencia dos livros e revistas pela periodicidade e gama de assuntos abordados. Sobre esse segmento midiático, Michaela Pivetti (2006, p. 177) defende a tese de que “a linguagem jornalística compõe-se, na mesma medida, de comunicação visual e verbal – ambas de expressão gráfica, já que se trata de imprensa escrita”. Nesse sentido, Marcella (2006, p. 09), autora do livro *Design de Jornais*, coloca que o “design de notícias representa uma situação concreta na qual não há qualquer propriedade na tradicional identificação de uma dicotomia entre forma e conteúdo”. Com isso, podemos dimensionar a importância da comunicação visual no jornalismo, equiparada por Pivetti (2006) e Marcelli (2006) às linguagens textuais e associada por ambas, indissociável ao conteúdo verbal.

A respeito da relação entre design e jornal, Juarez Bahia (2009, p. 86) assinala que a “apresentação visual se incorpora nos veículos impressos à sua própria personalidade”. Outro aspecto pontuado por Francesco Franchi (2013, p. 78) em seu livro *Designing News* é que o design de um jornal determina como ele funciona, “como as pessoas o usam, sua capacidade de promover o debate, sua capacidade de se adaptar às mudanças nas condições ambientais”. A partir dessas colocações, podemos perceber como o design interfere na identificação de identidade, na navegabilidade e na adaptabilidade do jornal.

Além disso, pode-se dizer que o surgimento da internet e das novas mídias trouxe uma reestruturação na indústria da comunicação, na qual a função e importância dos jornais mudou e o design teve que responder a isso, fornecendo aos indivíduos, além do acesso às notícias, “uma classificação, decodificação e interpretação”⁶ do conteúdo (FRANCHI, 2013, p.16, tradução nossa). Segundo Franchi (2013, p.163, tradução nossa), o design tornou-se mais importante que nunca para lidar com esse sistema em constante mudança, pois “um bom design de notícias serve o conteúdo e o respeita, mas, normalmente, o conteúdo por si só não é suficiente para envolver o leitor”⁷, de modo que o design torna “o conteúdo visível, acessível,

⁶ Do original: “*but provide individuals with a classification, decodification, and interpretation there of*”.

⁷ Do original: “*good news design serves the content, and respects the content, but content alone is usually not enough to engage the reader*”.

distinto, envolvente e satisfatório”. Nesse sentido, Mark Porter, designer britânico e ex-diretor de criação do *The Guardian*, coloca:

Muitos jornais estão agora menos preocupados com a simples reportagem, e mais em fornecer histórico, perspectivas e interpretação. Em vez de apenas dizer aos leitores o que aconteceu, esses jornais agora tem que ajudá-los a compreender o significado dos acontecimentos e incentivá-los a pensar. O design tem que responder a isso de várias maneiras. À medida que as matérias ficam mais longas e complexas, a racionalidade e legibilidade dos layouts de página e da tipografia tornam-se cada vez mais importantes. E o jornalismo visual - o uso inteligente da fotografia, infografia e layout - também se tornou uma ferramenta essencial para os editores. (PORTER apud CALDWELL; ZAPPATERRA, p. 27).

Nesse cenário, Porter (2007, p. 158 *apud* FRANCHI, 2013, p. 125) afirma que no momento de declínio do número leitores e receitas dos jornais é particularmente interessante ocorrerem inúmeros redesenhos e mudança de formato. Dentro desse contexto, Moraes (2015, p. 41) pontua o desenvolvimento de consultorias em design nas empresas jornalísticas desde os anos 1990, que reformularam gráfica e editorialmente muitos jornais, tendo como grande contribuição “a introdução e o incentivo ao trabalho de designers no interior do processo de produção jornalístico”. Vale ressaltar que, anteriormente a essas consultorias, o âmbito do jornalismo era pautado apenas pela linguagem verbal e, a partir da crescente preocupação com o aspecto visual da página nos últimos anos do século XX, o design tornou-se uma ferramenta importante no processo de produção do jornal, de modo que “desenvolver o design passou a significar qualificar o jornal” (MORAES, 2015, p. 42). Ou seja, podemos perceber como a convergência digital teve um papel significativo para o desenvolvimento do design dentro do jornalismo, sobretudo, como ferramenta estratégica para desenvolver jornais mais coerentes ao consumo de informações após o advento das novas mídias e de modo a lidar com a crise na indústria jornalística.

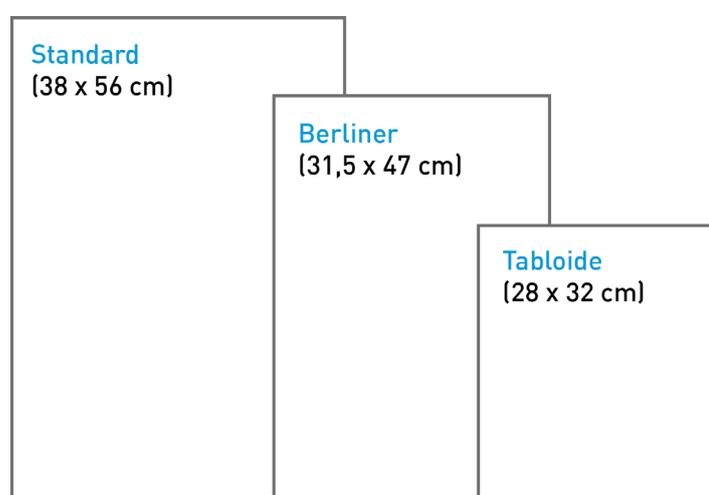
No contexto de reformulação gráfica, cabe salientar as mudanças no formato dos periódicos, que, foram amplamente realizadas desde o começo do século XXI, tendo, segundo Sabadin (2007, p. 23 *apud* FRANCHI, 2013, p. 126, tradução nossa), como um dos fatores o econômico, pois “cada centímetro ganho, multiplicado pelo número de cópias impressas em um ano, significa milhões de euros economizados”⁸. Além disso, Franchi (2013, p.126, tradução nossa) afirma que algumas pesquisas de mercado revelaram a preferência dos leitores pelo formato menor, “não apenas por causa da maior facilidade de manuseio, mas também pelo melhor controle das informações”⁹, nesse sentido o autor pontua que geralmente uma página

⁸ Do original: “every centimeter gained, multiplied by the number of copies printed in a year, means million of euro saved”.

⁹ Do original: “not only because of greater ease of handling but also better control of information”.

de tabloide se refere a apenas um assunto, e que os estudos revelam que os leitores prestam mais atenção “por causa da presença de textos mais curtos e boxes que fornecem informações aprofundadas, oferecendo inúmeras oportunidades de leitura”¹⁰. Rabaça e Barbosa (2014, p. 143/144) definem que os jornais são produzidos em quatro formatos geralmente: *standard* (38 x 56 cm), *tabloide* (28 x 32 cm), *francês* (32 x 46 cm) e *berliner* (31,5 x 47 cm), com dimensões que podem variar em alguns centímetros de jornal para jornal (Figura 1).

Figura 1 – Tamanhos de jornais.



Fonte – Elaborado pela autora.

Ademais, segundo Caldwell e Zappaterra (2014, p.45) torna-se mais evidente as reformulações gráficas na primeira página, espaço “onde igualmente para todas as publicações, o desejo de impacto tornou-se absoluto”. Além de atrair e chamar atenção do leitor, a capa funciona como sumário das notícias mais importantes daquele dia e de acordo com Caldwell e Zappaterra (2014, p. 132):

O argumento de venda de um jornal costuma ser sua primeira página. Por isso, esta deve se destacar em uma banca de jornal. O tamanho e a colocação de um cabeçalho, das imagens, da manchete e dos títulos fazem parte da estratégia de venda do jornal. O design da primeira página é, muitas vezes, criado em resposta ao que está disponível no momento - uma boa fotografia ou uma boa manchete - e sua respectiva capacidade de chamar a atenção.

Isso se deve ao fato de que a capa é “o primeiro contato visual do consumidor com o produto, motivo pelo qual é promocionalmente utilizada para atrair a atenção, informando sobre seu conteúdo e distinguindo-o dos demais nos pontos de venda” (RABAÇA; BARBOSA,

¹⁰ Do original: “because of the presence of shorter texts and boxes providing in-depth information, offering numerous reading opportunities”.

2014, p. 36). Nesse sentido, Harrower e Elman (2013, p.88) apontam que “a filosofia de todos os jornais se reflete mais visivelmente na primeira página: na reprodução de fotos, nos estilos de manchetes, na variedade de gráficos e no número de histórias”. A partir dessas colocações, podemos perceber como o planejamento visual da primeira página de um jornal tem papel fundamental para promoção da publicação, de modo que possivelmente, por esse motivo, Caldwell e Zappaterra (2014, p. 132) apontem como os *redesigns* são notórios na capa.

Após apresentar o campo maior no qual design de notícias está inserido, apontar alguns aspectos da intrínseca relação entre o design e o jornalismo impresso e sinalizar as mudanças pelas quais o jornal e sua apresentação visual passaram desde o advento da internet, os tópicos seguintes tem por objetivo entender melhor os componentes da página impressa do jornal. Para tal, se fundamenta numa afirmação de Mario García (apud CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014, p.46), o qual afirma “que a tipografia é a chave para a aparência e a sensação que o jornal passa”, sendo a primeira coisa que os leitores percebem; em seguida vem a paleta de cores, que juntamente com a tipografia desperta reações imediatas no público, e como resultado dessa junção, o terceiro critério mais importante é “o espaço em branco e sua localização na arquitetura da página”.

De acordo com os critérios estabelecidos por García (apud CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014), a estruturação deste capítulo foi dividida nos seguintes tópicos: tipografia, paleta de cores, grid, e por último, elementos compositivos e layout. Entendendo grid como a arquitetura da página e os elementos compositivos e layout como os demais componentes dos jornais.

3.1 Tipografia

De acordo com Lupton (2013, p.05), autora de diversos livros sobre design e tipografia e curadora de design contemporâneo na *Cooper-Hewitt*, a “tipografia é uma ferramenta com a qual o conteúdo ganha forma, a linguagem ganha um corpo físico e as mensagens ganham um fluxo social”. O modo com Lupton apresenta esse elemento demonstra a importância com a qual a autora vê a tipografia e a relação intrínseca desta com o conteúdo, apontando, primordialmente, a função da tipografia enquanto meio e ferramenta necessária para o conteúdo chegar ao espectador/leitor.

Já Bringhurst (2011, p.26), coloca que “a tipografia está para a literatura assim como a performance musical está para a composição: é um ato de interpretação”. A carga simbólica que Bringhurst atrela a tipografia coloca esse elemento na função de mensagem, conversando

diretamente com a definição de Cristóbal Henestrosa, de que “as características formais da tipografia não são invisíveis: reforçam, acompanham, relativizam ou contrariam a intenção da mensagem”, quebrando, assim, o conceito de forma e conteúdo, pois são os dois ao mesmo tempo (HENESTROSA, MESEGUER, SCAGLIONE, 2014, p. 15).

A partir disso, podemos perceber como a tipografia envolve o conteúdo, sendo tanto ferramenta de propagação, quanto a própria mensagem, algo que, dentro de uma publicação editorial, material constituído em grande parte por elementos textuais, têm grande importância. De acordo com Caldwell e Zappaterra (2014):

(...) a combinação de diferentes pesos, entrelinhas, tamanhos e variações pode oferecer interpretações abstratas ou literais expressivas do conteúdo; o uso de uma fonte associada com um clichê específico, como um tipo gótico ou de máquina de escrever, pode criar um vínculo simbólico ou cultural que imediatamente transmite algo sobre o conteúdo (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014; p. 179)

Ou seja, a composição tipográfica pode indicar ao leitor diversas simbologias, através das características do desenho do tipo utilizado e do modo como esse elemento é colocado no layout da página, assim, as mensagens textuais e visuais mesclam-se, pois a tipografia enquanto meio, como abordado por Lupton (2013), configura um elemento inerente ao processo de leitura e, como pontuado por Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014), têm poder de mudar a conotação da mensagem.

Desse modo, podemos entender como a tipografia tem grande importância dentro de uma publicação e, para adentrarmos nesse tema amplo, precisamos entender o que são as características formais da tipografia citadas por Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014) e alguns pontos de composição tipográfica colocados por Caldwell e Zappaterra (2014). Assim, a seguir iremos abordar um pouco do universo tipográfico, apontando algumas características formais do desenho de caracteres (3.1.1 *Anatomia do tipo* e 3.1.3 *Variações estruturais do tipo*), descrevendo a definição de alguns termos específicos (3.1.2 *Typeface, estilo e famílias tipográficas*), além de alguns apontamentos sobre combinação de fontes (3.1.4 *Combinação de tipos*), alinhamentos (3.1.5 *Alinhamentos*), o uso da tipografia para estabelecer hierarquia (3.1.6 *Hierarquia tipográfica*) e legibilidade e leiturabilidade (3.1.7 *Legibilidade e leiturabilidade*), para, por último, abordar a tipografia para jornal (3.1.8 *Tipografia para jornal*).

3.1.1 Anatomia do tipo

A anatomia dos caracteres é referente ao desenho das letras, as partes que as constituem, sendo ponto relevante para a denominação de cada parte anatômica as linhas de construção dos caracteres (**Figura 2**). Nesse sentido, de acordo com Buggy (2018, p. 167): a (1ª) *linha de base*

é aquela na qual os caracteres assentam-se; a (2ª) *linha de fundo* marca o limite de extensão dos traços das caixas baixas que ultrapassam a linha de base; a (3ª) *linha média* é o marco da altura da maioria das letras em caixa baixa, coincidindo com a altura da letra x; a (4ª) *linha de versal* marca o limite da altura das caixa altas; e, a (5ª) *linha de topo* é o marco da extensão dos traços das caixas baixas que ultrapassam a linha média.

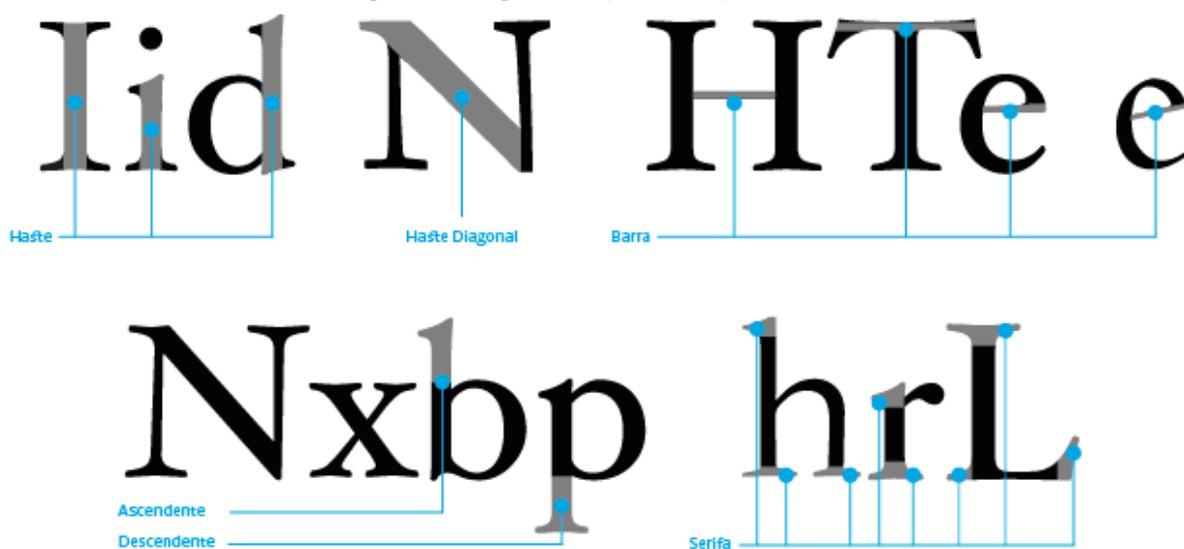
Figura 2 – Exemplificação das *linhas de projeto* da fonte Georgia.



Fonte – Adaptado do livro MECOTipo (BUGGY, 2018, p. 167).

Sobre os aspectos anatômicos dos tipos, Buggy (2018) faz uma esquematização dos traços tipográficos (Figura 3), sendo importante ressaltar alguns: *haste* - traço reto vertical, apesar de ser possível denominar um traço diagonal, como a do “N”-; *barra* - designa um traço reto de união entre dois pontos de um caractere ou o que cruza uma haste -; *ascendente* - “traço de letra caixa baixa que se projeta acima da linha média, normalmente limitado pela linha de topo” - *descendente* - “traço de letra caixa baixa que se projeta abaixo da linha de base, normalmente limitado pela linha de fundo”; (BUGGY, 2018, p. 166/170) e, *serifa* - “traço adicionado ao início ou ao fim dos traços principais de uma letra” (BRINGHURST, 2011, p. 378).

Figura 3 – Esquematisação dos traços anatômicos.



Fonte – Adaptado do livro MECOTipo (BUGGY, 2018, p. 168-169).

Além desses termos, existem outras definições essenciais para o presente estudo: *caractere*, referente individualmente à “letras, pontuações, numerais e outros elementos do *setting type*”; *caixa alta* (do inglês *uppercase*), referente à letras maiúsculas (também conhecidas como versais); *caixa baixa* (do inglês *lowercase*), referente à letras minúsculas; *altura-x*, referente à altura do corpo da letra minúscula, que fica entre a linha de base e a linha média, coincidindo com a altura da letra x; e *contraforma*, referente aos espaços fechados ou parcialmente fechados, de letras como b, d e p. (CRAIG, SCALA, 2006, p. 12, tradução nossa).

Sobre o tamanho da altura-x, Lupton (2013, p.35) aponta que essa altura afeta o tamanho aparente, a eficiência espacial e o impacto do caractere (conforme podemos observar na **Figura 4**), de modo que tipos com altura-x maiores permanecem legíveis mesmo em pequenos tamanhos, diferente dos tipos com pequena altura-x, que não usam o espaço com tanta eficiência (LUPTON, 2013, p. 35).

Figura 4 – Exemplificação de tipos com mesmo tamanho em pontos, mas com diferentes altura-x.

SCALA 32 PT

INTERSTATE 32 PT

BODONI 32 PT

MRS EAVES 32 PT

Pareço gorda neste parágrafo?

Fonte – LUPTON, 2013, p. 35.

3.1.2 *Typeface, estilo e famílias tipográficas*

Esses termos são muito recorrentes ao abordar tipografia, de modo que é necessário compreender o que cada um deles representa. De acordo com Buggy (2018, p. 150/151), *typeface* é um termo em inglês que pode ser “traduzido como design de tipos ou ainda desenho da fonte”, representando “o conjunto de características visuais de uma fonte”. Já estilo é uma denominação mais complexa, algo que o autor caracteriza como “diferentes vozes para uma mesma personagem”, como por exemplo, o *sanserif*, *serif*, *old style*, *italic*, *text* e *display*, além das variações de peso e/ou largura. Sobre as variações *text* e *display*, Lupton (2013, p. 37) coloca que são tamanhos ópticos para diferentes tipos de saída, um voltado para texto e outro para título, de modo que possuem características anatômicas que reforçam isso, por exemplo, um estilo *text* têm “traços fortes e *carnudos*, mas não assertivos demais”, pois são direcionados à tamanhos menores, já um estilo *display*, pode parecer frágil ou muito fino em tamanhos menores, pois são desenhados para títulos.

Já família tipográfica é “o conjunto formado por uma fonte e suas variações (*Bold*, *Light*, *Italic*, *SmallCaps*, *Caption*, *Display* etc.)”, ou seja, grupos de fontes desenvolvidas a partir de uma fonte base (BUGGY, 2018, p. 150/151).

3.1.3 *Variações estruturais do tipo*

A definição de *estilo* é abrangente e nos mostra o quão amplo é o universo tipográfico, com diversas variações e possibilidades. Nessa perspectiva, Buggy (2018, p. 157) afirma que “a diversificação na organização e disposição das partes essenciais que formam um tipo pode influenciar na dimensão e configuração de seus desenhos estabelecendo ou não circunstância necessária para caracterização de estilos”. De acordo com Niemeyer (2010, p. 36-37) existem sete variações estruturais do caractere (exemplificado na Figura 5):

1. *quanto ao tamanho*, referente à variação do corpo do caractere, à altura da letra;
2. *quanto à forma*, “relacionada às diferenças no desenho de uma letra nas suas versões em caixa alta e em caixa baixa”;
3. *quanto ao peso*, referente à “espessura dos traços em um mesmo corpo de um tipo de uma mesma família”;
4. *quanto ao contraste*, relacionado tanto ao contraste de angulação, quanto de espessura dos traços;
5. *quanto à inclinação*, referente à inclinação do caractere, se é normal/romano ou itálico/inclinado;

6. *quanto à estrutura*, relacionado à “família em que o tipo é classificado”; e
7. *quanto à largura do tipo*, referente a largura do caractere, se é condensado, normal ou expandido.

Figura 5 – Exemplificação das sete variações estruturais de Niemeyer (2010).



Fonte – Elaborado pela autora.

3.1.4 Combinação de tipos

A maioria das publicações tem em sua composição visual associação de diferentes desenhos de tipos, algumas, como os livros possuem no máximo duas ou três fontes, outras, como jornal e revista possuem às vezes o dobro e até o triplo desse número. Mas, afinal, o que rege uma boa combinação? Segundo Lupton (2013), ao combinar fontes deve-se procurar “obter contraste em vez de harmonia, buscando diferenças enfáticas”, ressaltando também a importância de definir o papel que cada elemento vai desempenhar. Além disso, em nota, a autora alerta para a combinação de pesos muito próximos ou de estilos de tipos muito similares, de maneira que não é feito um contraponto de um elemento com o outro, configurando um crime tipográfico (LUPTON, 2013, p. 50).

Craig e Scala (2006, p. 77) também reforçam a necessidade de contraste na combinação tipográfica, alegando a necessidade das diferenças marcantes ao misturar *typefaces*, a fim de parecer uma decisão deliberada, não algo acidental. Nesse sentido, os autores colocam que, possivelmente, a melhor combinação seja uma fonte serifada com outra não. Em outro livro, Craig (1990, p. 18, tradução nossa) relata que “utilizar estilos de uma mesma família dá ao

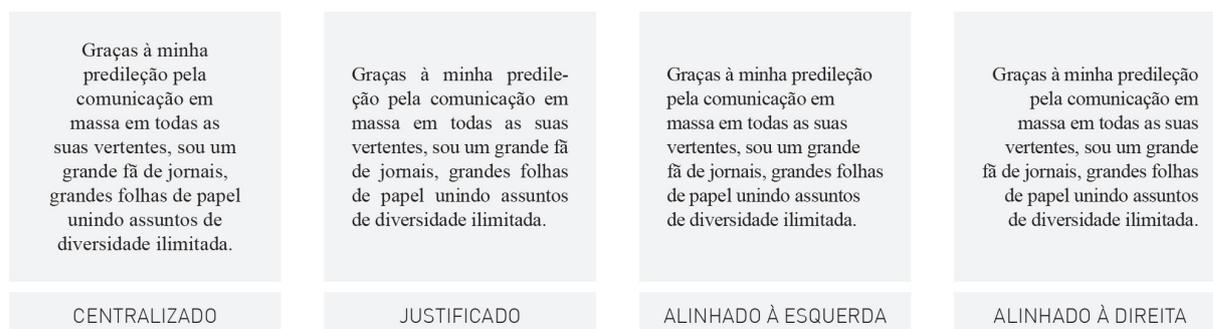
impresso uma aparência unificada”¹¹, por conta das semelhanças estruturais dos tipo de uma mesma família, como mesma altura das caixas altas e baixas, ascendentes e descendentes.

A partir das colocações de Lupton (2013), Craig e Scala (2006) e Craig (1990), podemos inferir dois indícios para uma boa combinação de tipos, o primeiro referente à necessidade de contraste entre os desenhos escolhidos, com o intuito de que haja um contraponto com o outro e de que tenham diferentes funções dentro do layout; e o segundo que as *typefaces* escolhidas conversem entre si dentro de suas estruturas para que as linhas de construção de ambas sejam semelhantes e/ou harmônicas entre si.

3.1.5 Alinhamento

De acordo com Lupton (2013, p. 108), escolher o alinhamento do texto “é um ato tipográfico fundamental”, pois cada um carrega “qualidades formais, associações culturais e riscos estéticos único”. A autora coloca ainda que existem quatro modos de alinhamento (**Figura 6**): *centralizado*, no qual as linhas possuem comprimentos desiguais alinhadas ao eixo central; *justificado*, as duas margens do texto são regulares; *alinhado à esquerda/irregular à direita*, a margem esquerda é regular e a direita é desigual; e *alinhamento à direita/irregular à esquerda*, a margem direita é regular e a esquerda desigual (LUPTON, 2013, p. 108/109).

Figura 6 – Exemplificação dos quatro modos de alinhamento.



Fonte – Elaborado pela autora com texto de Unger (2006, p. 139)

Para cada tipo de alinhamento, Lupton (2013) aponta os diversos usos e representações: o centralizado é uma formatação mais clássica e elegante, sendo o modo “mais simples e intuitivo para posicionar um elemento tipográfico”; o justificado, é ótimo para o uso eficiente do espaço, o que o torna mais usado em revistas e jornais; o alinhado à esquerda é mais orgânico, evitando o espaçamento desigual presente muitas vezes no texto justificado; e o alinhado à

¹¹ Do original: “*usign typestyles from within the same family gives the printed piece a unified apperance*”.

direita é mais incomum e arriscado que o restante e, geralmente, é utilizado para legendas e notas marginais (LUPTON, 2013, p. 108/109).

3.1.6 Hierarquia tipográfica

Graças à minha predileção pela comunicação de massa em todas as suas vertentes, sou um grande fã de jornais, grandes folhas de papel unindo assuntos de diversidade ilimitada. O problema do Oriente Médio, uma área estável de alta pressão sobre os Açores, demissões de tripulação em companhias de aviação - está tudo lá, boas e más notícias misturadas em pequenas notas e reflexões. Uma rápida passada de olhos já nos dá uma ideia geral do que está acontecendo, antes de começarmos a ler com mais atenção (UNGER, 2006, p. 139)

Essa “ideia geral do que está acontecendo” da qual Gerard Unger coloca, se deve em grande parte aos aspectos de hierarquia visual, uma ferramenta com papel importante para a navegabilidade das publicações, pois está associada a percepção pelo público da “sequência (por grau de importância) visual em determinado projeto, sendo o elemento mais relevante dessa sequência que primeiro é identificado pelo receptor da mensagem ou imagem, e assim por diante” (ADG, 2012, p. 105/106).

De acordo com Caldwell e Zappaterra (2014, p. 163), “nos periódicos impressos, uma parte integrante da paginação e da preparação da página é a capacidade de sinalizar a importância, prioridade e estilo dos artigos para o leitor” através de diversos sinais visuais, um deles sendo a tipografia. Nesse sentido, as autoras colocam que os designers “criam hierarquia e contraste ao jogar com a escala das letras”, mudanças estas que “ajudam a criar contraste visual, movimento e profundidade, além de expressar hierarquias de importância” (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014, p. 38). O uso da tipografia como uma ferramenta para denotar importância de um elemento numa publicação é definido por Lupton (2013) como hierarquia tipográfica, um sistema que:

(...) organiza conteúdo, enfatizando alguns dados e preterindo outros. A hierarquia ajuda os leitores a localizarem-se no texto, sabendo onde entrar e sair e como selecionar algumas de suas ofertas. Cada nível deve ser indicado por um ou mais sinais aplicados consistentemente ao longo do texto. Eles podem ser espaciais (reco, entrelinha ou posição na página) ou gráficos (tamanho, estilo, cor ou fonte). As possibilidades são infinitas. (LUPTON, 2013, p.128)

Nessa perspectiva, Samara (2007, p. 23) pontua que “um designer tem opções ilimitadas de mudar o corpo, o peso, a posição e o espaçamento do tipo para afetar a hierarquia e, assim, a sequência da informação percebida pelo observador”. Esse ordenamento de importância por meio da tipografia é importantíssimo dentro de um jornal, um veículo que reúne diversos assuntos, em âmbitos regionais, nacionais e internacionais. Na **Figura 7**, temos as capas dos três maiores jornais brasileiros em tiragem impressa e assinatura digital de acordo com dados

do Instituto Verificador de Comunicação (IVC) (ROSA, 2019) e nela podemos notar o que Lupton (2013) aponta como hierarquia *espacial e gráfica* ao olharmos para as manchetes dos três jornais, todas estão na parte mais alta da página e possuem o maior tamanho de corpo comparado ao restante do elementos textuais. Também é possível perceber a diferença entre as escalas das letras, apontada por Caldwell e Zappaterra (2014), nas diversas chamadas presentes nas capas.

Figura 7 – Capas da edição de 09/09/2019 dos jornais *O Globo*, *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo*.



Fonte – Elaborado pela autora.

Sobre os níveis de texto, no tópico 3.4 *Elementos compositivos e layout* é abordado os componentes da capa de jornal, no qual podemos perceber que a principal diferença entre os componentes é relacionado à sinais de hierarquia *espaciais*, como o componente antetítulo fica logo acima ou logo abaixo do título, ou à sinais *gráficos*, o antetítulo possui um tamanho menor que o do título.

3.1.7 Legibilidade e leiturabilidade

De acordo com Buggy (2018, p. 182), legibilidade é referente ao desenho dos caracteres, à capacidade do leitor reconhecer uma letra em relação às outras, já leiturabilidade envolve além da forma do caractere, a diagramação, aferindo sobre a facilidade de leitura de um texto, do reconhecimento da forma das letras e do significado delas agrupadas em palavras e frases.

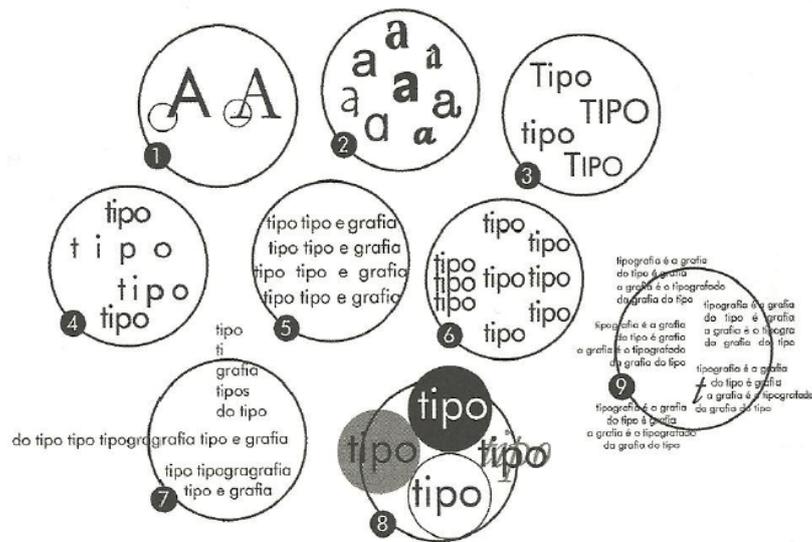
Nesse sentido, Clair e Snyder (2009, p. 194), autoras do livro *Manual de Tipografia*, mostram como “o uso das convenções tradicionais de composição tipográfica aumentam a

probabilidade de aqueles que lêem as palavras serem capazes de decifrar com clareza as formas das letras”, algo também abordado por Frutiger (2001, p. 168), quando coloca que “todo leitor dispõe de um vocabulário de palavras e sílabas nos moldes de um esquema básico de tabela”, relacionando a familiaridade ocasionada pelo aprendizado das letras durante a infância. Assim, podemos perceber que os desenhos dos caracteres precisam diferenciar-se uns dos outros, de modo que o leitor consiga identificar e diferenciar as letras, mas ao mesmo tempo, é importante que as formas dos caracteres sejam semelhantes aos tipos que o leitor já é familiarizado.

Segundo Gruszynski (2008), no livro *Design gráfico: do invisível ao ilegível*, os principais elementos (exemplificados na **Figura 8**) que afetam o processo de leitura são:

1. presença ou não de serifa;
2. características particulares do design da fonte;
3. composição em letras maiúsculas, minúsculas ou maiúsculas/minúsculas;
4. espaço entre letras (kerning);
5. espaço entre as palavras;
6. espaço entre linhas (leading);
7. extensão da linha (largura da coluna);
8. alinhamento dos parágrafos;
9. relação figura (elemento tipográfico) e fundo. (GRUSZYNSKI, 2008; p. 32)

Figura 8 – Exemplificação dos principais elementos associados a legibilidade.



Fonte – GRUSZYNSKI, 2008; p. 32.

A autora coloca atributos que vão além da perspectiva de diferenciar uma letra da outra, adicionando fatores referentes à diagramação, como espaço entre letras, palavras e linhas, de forma a abordar também a leitura. Por esse ângulo, Buggy (2018, p. 184-185) aponta três conjuntos de fatores que afetam legibilidade e leitura: os *relativos à fontes* (dimensão, configuração, contraste e cor), os *relativos ao observador* (familiaridade com os desenhos dos caracteres, ângulo de visão, distância, tempo de exposição e movimento) e os *relativos ao ambiente* (luminosidade e dimensão).

Um dos pontos abordados por Gruszynski (2008) é a presença ou não de serifas, algo que nos remete ao embate histórico acerca da legibilidade: fontes serifadas são mais legíveis? Nesse sentido, Buggy (2018) coloca:

Rossi e Coutinho (2005) reuniram estudos de Cyril Burt (1959) e Jack H. Prince (1967) para afirmar que, em geral, o uso de serifa incrementa legibilidade, atuando principalmente na percepção de caracteres similares e corrigindo efeitos óticos de irradiação. Em decorrência disso, a mancha gráfica produzida por uma palavra composta em fonte serifada seria mais facilmente lida pela mente de um leitor adulto. Por outro lado, para um jovem leitor que ainda não estabeleceu familiaridade com a mancha gráfica das palavras, uma fonte sem serifa teria melhor desempenho.

A partir da colocação de Buggy (2018), é possível perceber que a questão da familiaridade com os desenhos das letras permeia os outros aspectos, sendo determinante nesse embate entre fontes serifadas e não serifadas, assim, é possível que os outros aspectos formais de proporção de caractere sejam mais relevantes para concluir se uma fonte é mais legível ou não. Podemos observar, através das definições de Gruszynski (2008) e Buggy (2018), que inferir se um layout é legível e fácil de ler é complexo e leva em consideração inúmeros aspectos, associados tanto ao design de tipos, quanto à diagramação e questões culturais e ambientais.

3.1.8 Tipografia para jornal

A tipografia desempenha diversas funções dentro de um periódico, uma delas é a distinção entre os veículos, identificando através das escolhas tipográficas, um jornal “como sério, sensacionalista, exato ou confiável” (BAHIA, 2009, p.137), impactando, assim, a identidade do jornal. Nesse sentido, Steiner (1978, p.193 apud FRANCHI, 2013, p. 116, tradução nossa) assinala que “as pessoas quase nunca lêem o nome completo do jornal, mas identificam-no pela fonte”¹², algo que Franchi (2013, p. 116, tradução nossa) ressalta quando afirma que “o aspecto visual que mais identifica um jornal é o tipo utilizado”¹³.

Além da função identitária da tipografia apontada pelos autores - algo que denota o protagonismo desse elemento no projeto gráfico de um periódico e a importância do texto neste veículo - vimos que jornais de grande circulação, reúnem diversos assuntos e, como as publicações editoriais em geral, utilizam a tipografia como um elemento hierarquizador, sinalizando a importância das matérias através dela e interferindo, dessa forma, na navegabilidade do leitor pela página, de maneira que um projeto tipográfico destinado a esse

¹² Do original: “*People hardly ever read the whole name of newspaper, but identify it by the font*”.

¹³ Do original: “*the visual aspect that most clearly identifies a newspaper is the type used*”.

tipo de publicação tem que responder a associação de múltiplos assuntos presentes nas páginas de um periódico.

Nesse sentido, os jornais, assemelhando-se as revistas, exigem papéis mais numerosos da tipografia do que outras publicações, precisando de famílias mais extensas e, caso a publicação tenha versão online, tipos que funcionem nesses meios. Ademais, as famílias tipográficas para jornal precisam levar em consideração os aspectos de impressão dos periódicos em seu desenho, tendo menos detalhes nas curvas e mais robustez (HENESTROSA, MESEGUER, SCAGLIONE, 2014, p. 17 - 24). Afinal, apesar das melhores técnicas de impressão, “o formato das letras deve suportar a distorção causada pela alta velocidade de impressão da impressora rotativa e pelo papel de baixa gramatura”¹⁴ (FRANCHI, 2013, p. 116, tradução nossa).

Na perspectiva de uma resposta tipográfica a um meio de quantidade massiva de informações, Mark Porter (*apud* CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014; p. 177) declara que a legibilidade das fontes e das páginas é a prioridade para um periódico, para somente após, considerar “o uso do texto para estabelecer uma voz distintiva para o jornal e tentar criar um design tipográfico elegante e expressivo”. Nesse ponto de vista, Franchi (2013, p. 116) aponta que “a economia e a eficiência em termos de espaço e legibilidade” são chaves para um bom design de tipo para jornal, sendo importante a escolha de fontes que possibilitem o máximo de letras em uma linha e que pareçam maiores do que realmente são.

Muito dos apontamentos dos autores são referentes a fontes para o corpo do texto das páginas, que são os mais afetados na perspectiva da legibilidade, tanto pelo fator do tamanho do corpo dos tipos, quanto pela impressão. Em vista disso, se juntarmos as afirmações de Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014) e de Franchi (2013) podemos perceber que durante a escolha de fontes para periódicos é importante analisar a versatilidade da família escolhida e o desenho dos caracteres, adotando famílias extensas que possuam caracteres com desenhos robustos, largura mais condensada e grande altura-x.

Além disso, Unger (2006, p. 140) assinala que nas últimas décadas os tipos dos jornais aumentaram, passando de 8 pt para 10 pt, em um processo que não envolveu o aumento da largura das colunas, nem a diminuição do espaçamento entre as palavras. Assim, passou-se a ter menos caracteres por linha, ocasionando a condensação da largura e o aumento da altura-x dos caracteres em larga escala e, atualmente, esses tipos de letras são amplamente aceitas nos

¹⁴ Do original: “*the shape of the letters must be able to withstand the distortion caused by the high printing speed of rotary press and low gram weight paper*”.

jornais. Desse modo, podemos notar uma convergência nos apontamentos dos autores, o que demonstra um comportamento tipográfico comum nos jornais, com definições referentes, principalmente, ao texto corrido, pois relaciona-se a colunagem e tamanho de corpos de texto.

Por fim, além dos aspectos formais relativos à anatomia dos caracteres, os quais impactam diretamente na legibilidade das páginas, é importante salientar as combinações tipográficas dentro do layout de jornal. Primeiramente, temos a versatilidade das famílias referida por Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014), que denota o uso de inúmeras fontes dentro da composição de um jornal, podendo ser relacionado à amplitude dos temas e assuntos abordados. Secundariamente, Caldwell e Zappaterra (2014; p. 180) apontam que a “combinação com/sem serifa é o sistema padrão usado em quase todos os jornais do mundo”, algo que converge ao apontamento de Craig e Scala (2006, p. 77) sobre a melhor combinação de tipos, trazendo um bom contraste.

3.2 Paleta de cores

De acordo com Farina, Perez e Bastos (2006), o impacto que uma cor tem implícito em si não pode ser analisado como mera sensação estética, e sim, como algo inerente ao uso que se fará dela. Esse elemento exerce sobre o indivíduo “uma ação tríplice: a de impressionar, a de expressar e a de construir”, despertando o olhar e provocando emoções, com significado próprio e capacidade de construir uma linguagem particular (FARINA; PEREZ; BASTOS; 2006, p. 13).

Dessa forma, a cor possui grande importância para a comunicação visual, pois está vinculada à construção de sensações e linguagens, podendo construir significados e despertar a atenção do leitor através da forma como é utilizada em uma peça gráfica. No âmbito do jornalismo, podemos destacar o conceito da *cor como informação*, no qual Guimarães (2003) afirma que as cores têm a função de atribuir significado, organizar e hierarquizar informações, de modo que:

(...) desempenham funções específicas que podem ser separadas em dois grupos: um que compreende as sintaxes e as relações taxonômicas, cujos princípios de organização são paradigmáticos, como organizar, chamar a atenção, destacar, criar planos de percepção, hierarquizar informações, direcionar a leitura etc., e outro que compreende as relações semânticas, como ambientar, simbolizar, conotar ou denotar. (Guimarães, 2003; p. 29)

Uma abordagem parecida é apresentada por Samara (2011, p. 28) quando coloca o uso da *cor como sistema*, de modo que tal elemento pode “ajudar a distinguir diferentes tipos de informação, além de criar relações entre componentes ou edições de uma publicação”.

Dentro das definições de Guimarães (2003) e Samara (2011), podemos, a partir de exemplos presentes nas capas de jornais, perceber o uso da cor tanto no campo sintático, quanto no semântico.



Fonte – Jornal *O Globo*.

A **Figura 9** é um recorte dos elementos, tirando imagens e charges, que utilizam cor na capa da edição do *O Globo* do dia 09/09/2019. Com base em outras capas do jornal, foi possível perceber que a formatação das chamadas que ficam acima do logotipo é sempre a mesma: antetítulo, que situa o leitor sobre o assunto (abordaremos melhor a definição desse componente e dos demais citados, como chamadas e manchetes, no tópico 3.4), em cor azul clara, de modo a chamar atenção à tal conteúdo. Já as chamadas que possuem um antetítulo azul, que designam sempre o nome do colunista, são referentes às colunas do jornal, assim, a cor nesse elemento, além de destacar, funciona para setorizar as informações, de modo que o leitor compreende que aquele tipo de chamada é referente à um tipo específico de matéria, tanto pelo o uso da cor, quanto da tipografia.

Figura 10 – Chamadas da edição de 09/09/2019 do jornal Folha de S. Paulo.



Fonte – Jornal *O Globo*.

Já no jornal *Folha de S. Paulo* (a **Figura 10** mostra os únicos elementos que utilizam cor, com exceção das imagens e do cabeçalho do jornal), percebemos um uso parecido da cor e tipografia nas chamadas para as colunas, nas quais o nome do colunista vem destacado no antetítulo em azul. A cor bege, conforme percebido na capa do dia 09/09/2019 e em outras edições do jornal, tem como função hierarquizar e destacar, pois está vinculada ao nome da editoria para qual a chamada remete, configurando tanto como um destaque, quanto sinalizando ao leitor quais as são matérias mais relevantes de cada editoria, funcionando também como um índice do jornal.

Diante dos apontamentos dos autores e dos exemplos, podemos concluir a importância que as cores têm dentro de um periódico, com função de destacar e diferenciar uma informação da outra, além de setorizar e atribuir um significado específico a determinado conteúdo, de modo que a familiaridade com essas sinalizações, melhoram a navegabilidade e a usabilidade dos jornais para o leitor.

3.3 Grid

De acordo com Samara (2007), o grid tipográfico é um sistema que divide as informações textuais e imagéticas em partes manuseáveis, convertendo os elementos em um campo regular e neutro (os cruzamentos das divisões horizontais e verticais funcionam como pontos sinalizadores), de modo a facilitar o acesso do leitor. O autor pontua que “as relações de escala e distribuição entre os elementos informativos - imagens ou palavras - ajudam o

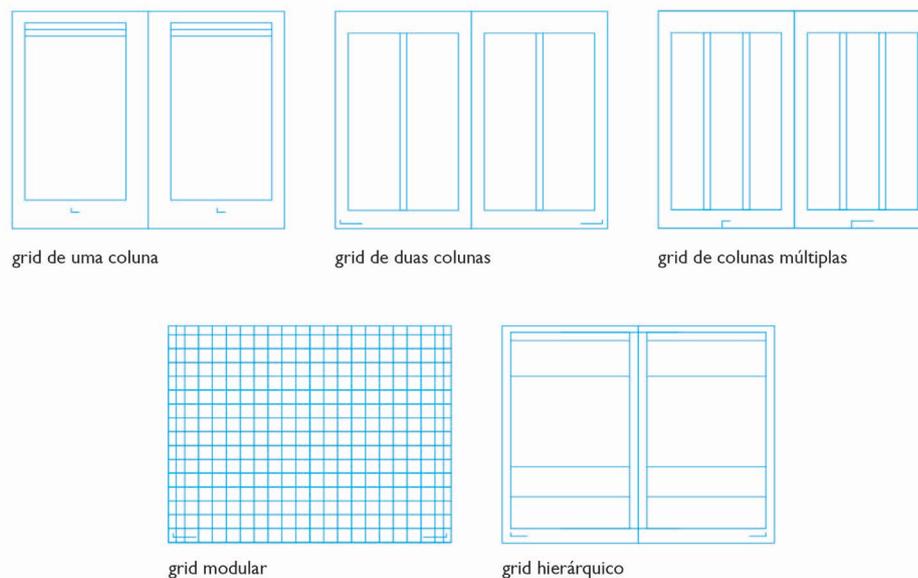
observador a entender seu significado”, de modo que itens semelhantes são distribuídos de forma parecida para que o leitor os identifique como semelhantes (SAMARA, 2007, p. 09).

Além de impactar diretamente na identificação do sentido, da conexão e da localização dos elementos, as divisões ortogonais citadas por Samara (2007, p. 09), têm grande função dentro da diagramação das publicações, pois “ajudam o designer a determinar a colocação e o uso do texto, imagens e outros elementos de design, como o espaço em branco, margens e fôlios, ajudando a manter a continuidade enquanto ainda permite a variedade em um layout” (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014; p. 155). Assim, trabalhar com um grid tem “clareza, eficiência, economia e identidade” como vantagens, de modo que a ordem sistemática desse elemento permite diagramar rapidamente uma grande quantidade de informações, agilizando o desenvolvimento da composição e permitindo “vários colaboradores no mesmo projeto (...) sem comprometer as qualidades visuais definidas” (SAMARA, 2007, p. 22).

Desse modo, podemos relacionar o apontamento de Caldwell e Zappaterra (2014) e Samara (2007) à importância do grid na composição de publicações como o jornal diário, meio no qual há uma quantidade massiva de informações e que possui um curto período de produção, assim, ao predeterminar as divisões do layout, auxiliando a colocação de texto, imagem e outros elementos, o grid relaciona-se diretamente à rapidez, à constância e à diversidade dos layouts.

Segundo Beth Tondreau (2009) as grades possuem cinco estruturas básicas (Figura 11): *grid de uma coluna*, utilizado em textos contínuos, como livros, com apenas um bloco de texto; *grid de duas colunas*, utilizado para maiores quantidades de informação ou para separar diferentes tipos de conteúdos, podendo ter colunas com larguras iguais ou diferentes; *grid de colunas múltiplas*, utilizados em revistas e websites, oferece maior flexibilidade para o layout que os grids anteriores, pois combina “múltiplas colunas de largura variante”; *grids modulares*, utilizados em publicações com informações mais complexas, combinam tanto colunas verticais quanto horizontais, sendo encontrados em jornais e calendários; e *grids hierárquicos*, “quebram a página em zonas”, muitos deles “compostos por colunas horizontais”. (TONDREAU, 2009, p. 11)

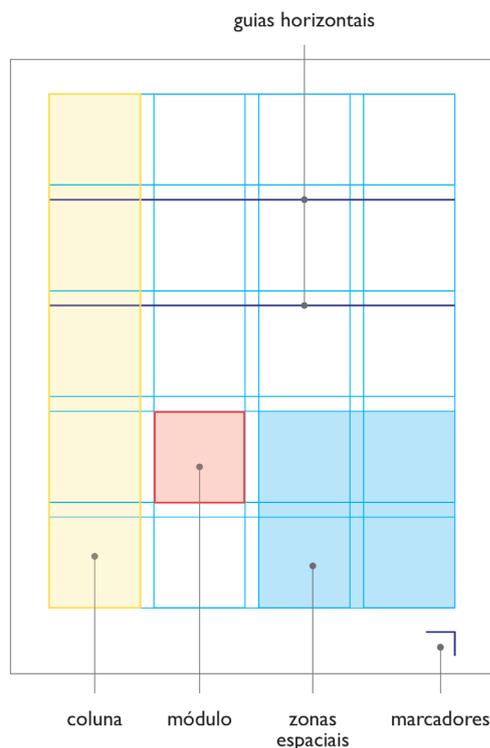
Figura 11 – Exemplificação das estruturas básicas de grid.



Fonte – Elaborado pela autora, adaptado de *Criar Grids* (TONDREAU, 2009, p. 11).

Dentro dessas cinco estruturas e de suas variações, Tondreau (2009, p. 10) e Samara (2007, p. 25) definem seis componentes principais de um grid: *margens*, *guias horizontais*, *zonas espaciais*, *marcadores*, *módulos* e *colunas*, conforme mostra a **Figura 12**. As margens são áreas de proteção periféricas, representando o espaço entre os limites da página e o conteúdo (TONDREAU, 2009, p. 10), sendo utilizadas “para orientar o foco, repousar os olhos ou funcionar como área para informações secundárias”, de modo que, as proporções desse elemento merecem atenção, “pois ajudam a estabelecer a tensão geral dentro da composição” (SAMARA, 2007, p. 25).

Figura 12 – Exemplificação das estruturas básicas de grid.

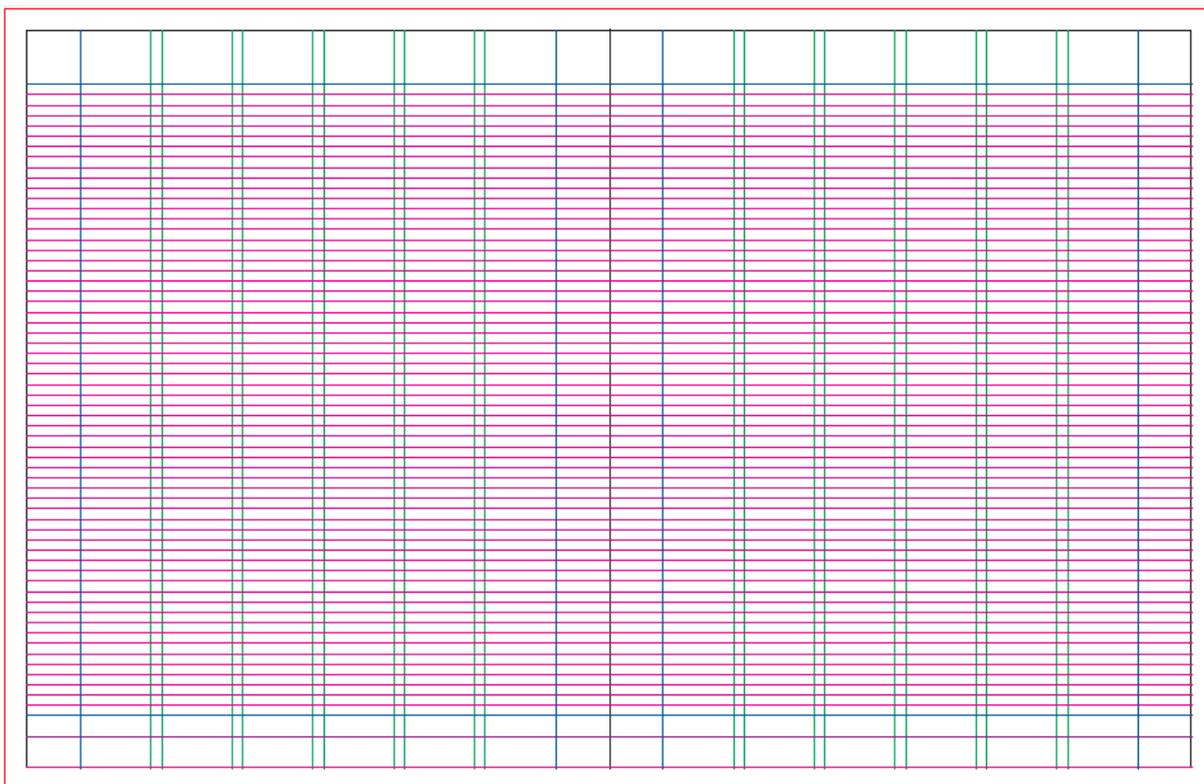


Fonte – Elaborado pela autora, adaptado de *Grid* (SAMARA, 2007, p. 25).

Já as guias horizontais “são alinhamentos que quebram o espaço em faixas horizontais”, orientando o olhar do leitor pela página, e as zonas espaciais são grupos de módulos – divisões individuais separadas por espaços regulares, que agrupadas podem formar colunas ou espaços horizontais – ou colunas (áreas verticais) que delimitam um campo específico para imagens, textos e anúncios. Por último, os marcadores indicam a posição de elementos que se repetem, como cabeçalhos e número da página, de modo a auxiliar a navegação do leitor pela página. (TONDREAU, 2009, p. 10; SAMARA, 2007, p. 25)

Com enfoque em design editorial, Caldwell e Zappaterra (2014, p. 110) exemplificam uma página dupla com grid de seis colunas (**Figura 13**), com “margens (em azul), colunas e medianizes (em verde), grade da linha de base (em rosa), fólio (em roxo) e área de sangria”, baseando-se em “tipos com corpo de 9 pontos e entrelinha de 11 pontos”, de modo que o tamanho de todos os elementos textuais “precisam se encaixar em entrelinhas que são múltiplas de 11” nessa grade.

Figura 13 – Exemplificação de templates de grade para jornais e revistas.



Fonte – Caldwell e Zappaterra (2014, p. 110).

A partir do template de Caldwell e Zappaterra (2014, p. 110), desenvolvemos um exemplo com a capa do jornal *O Globo* (**Figura 14**), no qual é possível perceber alguns dos componentes citados por Tondreau (2009) e Samara (2007), como margens, colunas, zonas espaciais e guias horizontais. Além disso, através da **Figura 14** podemos perceber a importância das divisões do grid para acomodar a ampla quantidade de informações, ao todo dezenove chamadas diferentes, da capa do jornal, dividindo em partes de modo a orientar o leitor através do conteúdo. Assim, ao analisarmos a capa, percebemos que existem elementos textuais que ocupam de uma até quatro colunas e essa divisão, juntamente com a escala de letras, denota a relevância dos componentes. Um exemplo é a manchete, além de ser o componente com maior tamanho de corpo, ocupa ao todo (com antetítulo, linha-fina e chamada) quatro colunas, ou seja, metade da capa do jornal, sendo composta apenas de elementos textuais.

Figura 14 – Exemplificação do grid do jornal O Globo.



Fonte – Elaborado pela autora.

Por fim, é importante ressaltar a relação entre grid e tipografia, Samara (2007) utiliza, por exemplo, a denominação *grid tipográfico*. Podemos relacionar isso à estreita relação entre os dois elementos, afinal, a construção das grades pode ser vinculada às escolhas tipográficas do projeto, como na exemplificação do grid utilizada por Caldwell e Zappaterra (2014, p. 110), na qual as divisões horizontais são baseadas no tamanho da fonte e da entrelinha. Além disso, Samara (2007, p.27) aponta que “a largura das colunas depende da fonte usada no

texto principal”, para que possa “conter uma quantidade cômoda de caracteres numa linha de tipos em um determinado tamanho”, algo que interfere diretamente na legibilidade do layout. Assim, a relação entre tipografia e grid fica mais evidente em publicações com grande quantidade de texto, como os jornais, tendo papel fundamental na construção do grid e na legibilidade das páginas.

3.4 Elementos compositivos e layout

Esse tópico tem por objetivo demonstrar alguns componentes do jornal impresso que são importantes para a hierarquização e organização visual. No decorrer do estudo, houve certa dificuldade com as terminologias dos componentes das páginas do jornal, e, por esse motivo, foi desenvolvida uma compilação com algumas denominações fundamentada no glossário *ABC da ADG* (ADG, 2012) e nos autores Rabaça e Barbosa (2014), Caldwell e Zappaterra (2014), Harrower e Elman (2013) e Marcelli (2006). A figura 15 é uma esquematização dos componentes do jornal tendo como base as definições dos autores referenciados e a capa de uma edição do jornal *O Povo*.

Logotipo: “forma gráfica específica para uma palavra, de modo a caracterizá-la com uma personalidade própria” (AGD, 2012, p. 128), tem como objetivo principal “provocar a identificação imediata de uma determinada instituição ou produto e, para isso, ele deve ser facilmente fixado na memória do público” (RABAÇA; BARBOSA, 2014, p. 155).

Fólio: elemento composto pelo número da página, data e edição (MARCELI, 2006, p.24). Segundo Caldwell e Zappaterra (2014, p.86) o fólio é constituído também pelo “título da publicação e, em alguns casos, uma seção ou título do capítulo”, assim, ajuda a orientar o leitor na publicação e reforça “a estrutura do formato e, portanto, a marca”. Outrossim, esse elemento fica, em geral, no mesmo local na página, funcionando como um recurso de navegação da publicação (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014, p.110).

Antetítulo: palavra ou frase introdutória localizada, geralmente, acima do título (ADG, 2012, p. 20). Esse componente tem corpo menor que o título e introduz este indicando “o assunto ou a pessoa nele focalizada” ou “a posição geográfica e temporal” (RABAÇA; BARBOSA, 2014, p. 11).

Manchete: título em destaque, refere-se a notícia mais importante da edição, no jornal diário é denominado de manchete do dia (ADG, 2012, p. 129). Pode designar também a principal notícia da página, não somente da capa (MARCELI, 2006, p.24). Além de título, em

alguns casos, funciona como um resumo da matéria “em um tamanho grande o suficiente para contrastar com o corpo do texto”¹⁵ (HARROWER; ELMAN, 2013, p. 18, tradução nossa).

Linha-fina: segundo Caldwell e Zappaterra (2014, p. 87) “o conteúdo da linha-fina é textualmente mais importante do que a manchete, pois dá o tom, após a manchete, ao informar o leitor sobre a intenção da matéria” atuando como ponte entre a manchete e o corpo do texto.

Chamada: de acordo com Rabaça e Barbosa (2014, p. 43) é referente a um “pequeno título e/ou resumo de uma matéria, publicado geralmente na primeira página de jornal ou capa de revista, com o objetivo de atrair o leitor e remetê-lo para a matéria completa, apresentada nas páginas internas”. Já a ADG (2012, p. 48) define como um texto curto da capa “que resume as informações publicadas pelo jornal a respeito de um assunto, remetendo o leitor para as páginas que trazem a cobertura extensiva”, e Marcelli (2006, p.24), como “títulos pequenos que representam o sumário da edição”. Desse modo, podemos perceber que as definições de ADG (2012) e Marcelli (2006) são conflitantes e que Rabaça e Barbosa (2014) trazem uma abordagem mais geral, não delimitando o componente chamada em resumo ou em título, de modo que nesse estudo abordaremos a definição de Rabaça e Barbosa (2014), especificando quando a chamada for referente à um título ou à um resumo.

Remissão: informação que indica o número da página colocada na *chamada* podendo, eventualmente, conter o nome da coluna, seção, caderno, para que o leitor localize a matéria (RABAÇA; BARBOSA, 2014, p. 238).

Crédito: elemento que indica a autoria “intelectual, pictórica ou fotográfica” de uma obra (ADG, 2012, p. 64).

Legenda: texto informativo sobre uma imagem ou uma ilustração (HARROWER; ELMAN, 2013, p.18; ADG, 2012, p. 122). Esse componente funciona como uma “ponte entre a imagem e o texto”, informando sobre “o conteúdo da imagem, razão para sua presença, e sua relação com a matéria” (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2012, p. 86; p.110). Dentro do jornalismo impresso, “é uma frase curta destinada a indicar ou a ampliar a significação daquilo que acompanha” (RABAÇA; BARBOSA, 2014, p. 149).

¹⁵ Do original: “*summary in large-enough type so it contrasts with the story text*”.

Figura 15 – Esquematisação dos componentes do jornal, baseado da ADG (2012), Rabaça e Barbosa (2014), Caldwell e Zappaterra (2014), Harrower e Elman (2013) e Marcelli (2006).



Fonte – Elaborado pela autora.

Editoria: elemento referente à uma “sessão permanente da publicação” (MARCELLI, 2006, p.25). Denomina “cada uma das seções ou equipes que formam a redação de um jornal”, de modo que cada editoria é relacionada a um determinado tema (ADG, 2012, p. 78).

Título: palavra ou frase, geralmente com o maior tamanho de fonte da página, indicando resumidamente o assunto do texto, com intuito de instigar a curiosidade do leitor sobre a matéria (RABAÇA; BARBOSA, 2014, p. 274; CALDWELL; ZAPPATERRA, 2012,

p.110). Além de atrair a atenção do público, pode funcionar para sumarizar “o conteúdo do texto que se segue” (ADG, 2012, p. 184).

Rodapé: “parte inferior de uma página de jornal, revistas ou livro” (RABAÇA; BARBOSA, 2014, p. 243).

Janela/box: são elementos que funcionam para “notícias curtas ou adjuntos para artigos longos, onde são usados para transmitir dados” (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2012, p. 86), fornecendo uma informação complementar ao leitor (ADG, 2012, p. 37).

4 O JORNAL O POVO

Os primeiros jornais brasileiros surgiram em 1808 com a chegada da família real, entretanto, somente em 1º de abril de 1824, o estado do Ceará contou com seu primeiro periódico, *O Diário do Governo do Ceará* (NOBRE, 1974, p. 60). Desse modo, em 2019, a imprensa cearense completou 195 anos de existência, dos quais 91 anos o jornal *O Povo*, objeto de estudo desta pesquisa, esteve presente, e, atualmente, figura como o periódico mais antigo do estado ainda em circulação.

A primeira edição do *O Povo* iniciava-se afirmando que “Contrariamente ao pensamento de muitos, nunca será demais um novo jornal” (conforme aponta a **Figura 16**). Tal declaração se deve ao fato de que na época de seu surgimento, conforme pontua Nobre (1974, p.139), a imprensa cearense passava por grande renovação, restando da década anterior somente o periódico *Correio do Ceará* e surgindo os novos periódicos *O Nordeste* (29/06/1922), *Jornal do Comércio* (03/04/1924), *O Ceará* (07/06/1925), *Gazeta de Notícias* (10/07/1927).

Figura 16 – Capa da primeira edição do jornal O Povo (07/01/28).



Fonte – Arquivo disponibilizado pelo jornal *O POVO*.

Foi trabalhando no periódico *O Ceará*, que o jornalista Demócrito Rocha lançou um concurso público para a escolha do nome e logo de seu novo jornal, que foi veiculado pela primeira vez no sábado de 7 de janeiro de 1928, em uma edição de 12 páginas, impressas no maquinário francês *Alauzet*, vendidas a 200 réis (O POVO, 2008).

Atualmente, o veículo *O Povo* pertence ao *Grupo de Comunicação O Povo*, que além do jornal, conta com emissoras de rádio e TV, revista e portal de notícias online, *O Povo Online*, sendo, segundo os dados da pesquisa *Anuário Datafolha Top of Mind 2016*, a marca mais lembrada pela população cearense no âmbito da comunicação, sendo líder com 58,6% das respostas, e, no ano da pesquisa, tinha por 11 anos consecutivos esse marco (ANUÁRIO DO CEARÁ, 2016).

Dentro do âmbito jornalístico, o periódico *O Povo* possui dezesseis premiações *Esso* - denominado a partir de 2014 como *Prêmio ExxonMobil*, foi um dos prêmios mais importantes e tradicionais do jornalismo brasileiro, sendo cancelado em 2015 - na categoria de Reportagem, no âmbito Regional e Nacional. É relevante ponderar que o primeiro *Esso* no nível Nacional que o jornal *O Povo* ganhou foi na categoria Criação Gráfica, em 2002, com o caderno especial “Patativa do Assaré”, depois desse, foram mais quatro *Esso* nessa mesma categoria para os cadernos “Santificados”, “Inquisição - No rastro dos amaldiçoados”, “Planeta Seca” e “Sertão a Ferro e Fogo”, todos projetos assinados por Gil Dicelli (O POVO, 2018d, p. 134).

Por fim, conforme apontado na justificativa desse estudo, na perspectiva do jornal impresso diariamente, em 2018, o jornal *O Povo* recebeu duas medalhas de bronze por duas capas no prêmio internacional *ÑH*, da *Society for News Design*, organização internacional que premia jornais da América Latina, Espanha e Portugal (ÑH18, 2018).

4.1 Reelaboração do projeto gráfico e editorial

Este tópico tem como objetivo discorrer sobre a reformulação gráfica e editorial do *O Povo* ocorrida no começo de 2018, contextualizando-a através das publicações desenvolvidas pelo próprio jornal sobre os 90 anos de trajetória e da reelaboração gráfica-editorial. A autora teve acesso aos seguintes especiais (**Figura 17**): *Especial O POVO 90 anos* (publicado em 07/01/2018); *Manual O POVO* (publicado em 18/01/2018); o *Especial 90 + 10* (publicado em 05/07/2018); e o *O POVO 90 anos* (publicado em 06/07/2018). Todas estas publicações foram impressas (as duas primeiras veiculadas junto com o periódico) e disponibilizadas também na plataforma digital do jornal.

Figura 17 – Capas do *Especial O POVO 90 anos*, *Manual O POVO*, *Especial 90 + 10* e *Projeto 90 anos*, respectivamente.



Fonte – Jornal *O Povo*

Logo de início, podemos colocar como a publicação destes materiais demonstra a importância com a qual o jornal tratou o aniversário de 90 anos, e, de certo modo, a reelaboração gráfica-editorial. Das publicações, o *Manual O POVO* foi fundamental para o desenvolvimento desta pesquisa, pois possui tópicos que tratam especificamente sobre o *redesign* do periódico, e, a partir das colocações presentes nesta publicação, foi contextualizado o processo da reformulação, ajudando a definir quais elementos seriam estudados na análise.

O título da publicação, *Para descobrir o seu novo jornal*, indica o teor explicativo e contextualizador do material, de modo que podemos inferir, ser a ponte de comunicação entre o periódico e o público no processo de *redesign*, por acompanhar a edição de estreia (**Figura 18**) e situar o leitor diante da nova forma de apresentação do jornal. A contextualização do manual ocorre através das colocações da equipe que desenvolveu o projeto e dos vários profissionais envolvidos no processo, assim, dá alguns indícios metodológicos do desenvolvimento do projeto. Por esse motivo, algumas explicações e colocações sobre o *redesign* contidas no manual foram utilizadas também para definir a análise.

Figura 18 – Capas da edição do jornal *O Povo* de 17/01/2018 e 18/01/2018 e do *Manual O POVO*.



Fonte – Jornal *O Povo*

O novo projeto gráfico-editorial estreou em janeiro, mês de aniversário do *O Povo*, período no qual percebeu-se, através da *Edição Especial O POVO 80 anos* (O POVO, 2008), que ocorreram as transformações mais importantes no jornal em sua trajetória. No dia 18 de janeiro de 2018, uma quinta-feira, o jornal apareceu completamente reformulado. Ao compararmos a capa de estreia com a do dia anterior (**Figura 18**), um dos primeiros aspectos que notamos é uma maior presença imagética, somente uma fotografia enfatizada por uma moldura de espaço em branco com a manchete sob, composição que reforça o impacto da imagem e da manchete, com apenas poucas chamadas abaixo, algo que se enquadra na definição de capa de jornal com aspecto de revista definido por Tim Harrower e Julie Elman (2013, p.7) que tem o intuito de “ênfatisar uma peça em especial”¹⁶.

Outro elemento notável na estreia é a tipografia com serifas expressivas, presente tanto na nova logo quanto na manchete da capa, contrastando com o projeto anterior que usava fontes sem serifa em todos os elementos textuais da capa, com exceção do logotipo. Além disso, a tipografia ganha grande destaque na composição *clean* da capa do *Manual O POVO* (**Figura 18**), com as letras “O” e o “P” enfatizadas, de modo que podemos perceber o desenho assimétrico de suas serifas.

¹⁶ Do original: “use big art and dynamic headlines to highlight a special centerpiece”.

Foi através da edição de estreia e do manual que surgiram os primeiros questionamentos desta pesquisa, suscitados pelas diferenças gráficas e pelas explicações dos conceitos contidos no especial. Além disso, o manual assinala que o projeto foi realizado inteiramente pela equipe do *O Povo*, algo que identificou-se através da *Edição Especial O POVO 80 anos* (2008) e da publicação *Guia de estilo e conceito 2014* (2014) publicadas pelo jornal, ser a primeira reformulação, após a de 2008 (realizada em conjunto com o cubano Mario Garcia e o escritório *Garcia Media*), que contempla a mudança de todos os componentes do caderno principal e dos complementos, com mudanças visuais estruturais, desde do logotipo até as tipografias.

Logo no início do manual, a diretora-executiva da redação, Ana Naddaf, (O POVO, 2018b, p.02) afirma que o redesenho estético passa pelo conceito de jornalismo do *O Povo*, pela reestruturação da equipe de jornalistas e no produto entregue pelo jornal aos leitores. Além disso, é pontuado que o periódico está “atento às mudanças que ocorrem no consumo da informação, a novos formatos e narrativas e, principalmente, com um olhar que percorre os 360 graus, em múltiplas plataformas”, ressaltando a congruência do periódico com a era digital.

Sobre o processo de criação, Érik Guimarães (O POVO, 2018b, p. 02), diretor adjunto da redação, afirma que o redesenho começou pela área de cultura e entretenimento, com as primeiras mudanças realizadas no caderno *Vida & Arte* e nos suplementos para, por último, reformular primeiro caderno. Nesse sentido, é pontuado que no primeiro caderno estão os principais assuntos do dia, as reportagens e as editorias de *Política* e *Economia*, com quatro segmentos recebendo notícias todos os dias: *Cidades*, *Política*, *Economia* e *Mundo* (O POVO, 2018b, p.04).

Além disso, no novo projeto houve uma mudança significativa na edição dos domingos, que passou a circular no formato *berlinense*, diferente do tradicional formato *standard* dos outros dias. Vale ressaltar, que através das publicações *Guia de estilo e conceito 2014* (2014) e *O POVO.dom* (2015) percebeu-se que não é a primeira vez na trajetória do periódico que há um destaque maior nas mudanças da edição dominical. Nesse sentido, Gil Dicelli afirma no especial *O POVO 90 anos* (O POVO, 2018d, p.130) que o redesenho do projeto atual “tem muito do DOM”, referindo-se à edição de domingo do jornal do projeto antigo.

Figura 19 – Páginas 8 e 9 do *Manual O POVO*, respectivamente.



Fonte – *Manual O POVO* (2018b).

De todo o manual, as páginas 8 e 9 (**Figura 19**) são as únicas que apresentaram especificamente o novo projeto gráfico do periódico, mostrando os conceitos, uma reduzida linha do tempo da trajetória gráfica e os elementos do novo design, como as novas tipografias, o novo logotipo e o “poder da imagem” no redesenho.

Apesar de poucas páginas dedicadas exclusivamente à perspectiva visual, no decorrer das páginas 8 e 9 existem alguns apontamentos que indicam a importância com a qual a equipe do *O Povo* vê a reformulação gráfica. Primeiro, é assinalado que “a atual mudança visual vem ao encontro do que somos e mais: do que queremos ser”, ou seja, é atrelada uma carga simbólica ao novo projeto gráfico, ressaltando a relevância da reformulação para a representação dos anseios e da identidade do *O Povo*. Já na perspectiva ‘do que queremos ser’, no decorrer do *Manual O POVO*, é apontado que Dicelli, autor do novo projeto gráfico do jornal, estudou os periódicos julgados mais bem desenhados pela curadoria da *Society for News Design* (SDN), como por exemplo o *Público*, o *The Guardian* e o *The New York Times*, para através disso conseguir “o essencial do melhor: o equilíbrio entre reportagem e o design, a adequação ao que o jornalismo demanda” (O POVO, 2018b, p.08).

Com foco nos elementos do novo projeto gráfico do *O Povo*, segundo o especial, Gil Dicelli começou o projeto partindo do estudo da letra, definida por ele como “a célula da página”, procurando possibilitar uma melhor “leitura e forma de tradução do mundo”. Para o projeto foram escolhidas as famílias *Silva* (desenhada pelo brasileiro Daniel Sabino), ressaltada pela legibilidade, e *Din* (uma fonte sem serifa mundialmente famosa, desenhada por Akira Kobayashi) destacada pelo desenho *clean* e aberto, de modo que facilita a leitura (O POVO, 2018b, p.09). Desse modo, podemos perceber como a tipografia é colocada como um dos pontos mais significativos da reformulação do jornal no manual.

Por fim, além da tipografia, outras três mudanças ganham destaque no manual: o novo logotipo, que ganha dois tons de azul e não possui mais espaço entre o “O” e o “P”, com o intuito de para transmitir um conceito de unidade e integração; as imagens, que no projeto tornam-se protagonistas; e a relevância das capas, que vão traduzir “a alma” da edição (O POVO, 2018b, p.09).

5 METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos adotados por essa pesquisa, levam em consideração a pesquisa *Entre papéis e pixels: o design das capas do jornal Zero Hora de 1990 a 2010*, monografia de Bruna Amaral (2010), que por meio do desenvolvimento de uma tabela de recursos, realizou uma análise de ordem quantitativa e a partir dos resultados obtidos fez uma análise qualitativa das capas.

Dessa forma, a primeira parte da pesquisa compreendeu o estudo bibliográfico sobre design editorial e design de jornais, tendo como base os autores Yolanda Zappaterra e Cath Caldwell (2014), Ary Moraes (2015), Francesco Franchi (2013), Timothy Samara (2011; 2007) e Tathiana Marcelli (2006). Com o intuito de complementar a pesquisa, buscou-se compreender sobre os aspectos do jornal enquanto mídia e sobre o sistema de comunicação na era digital através dos autores Juarez Bahia (2009), Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Guimarães Barbosa (2014) e Manuel Castells (2005). Além disso, foi realizada uma pesquisa documental na qual foi analisada a publicação *Manual O POVO*, veiculada juntamente com a edição do jornal *O POVO* do dia 18 de janeiro de 2018.

Assim, a primeira etapa do levantamento de dados compreendeu o estudo bibliográfico e a coleta de publicações, na qual foram recolhidos os dados necessários para posterior desenvolvimento da análise do projeto gráfico do jornal *O Povo*. A segunda etapa do estudo foi a definição do *corpus* da pesquisa, que teve como principal critério o intervalo temporal e a diversidade das edições. Visando um olhar analítico sobre a produção gráfica do jornal *O Povo* foram selecionadas as edições do dia 18 de cada mês a partir da data de *redesign* do projeto, dia 18/01/2018, até 18/01/2019, recolhendo, desse modo, um ano de amostragem em treze edições (conforme aponta a **Tabela 1**). A intercalação das edições do *corpus* é importante para delimitar uma amostragem, além de identificar e apontar se ocorre repetição de componentes de edição para edição.

Tabela 1 – Intercalação do corpus de pesquisa.

2018	dom	seg	ter	qua	qui	sex	sáb
jan	14	15	16	17	18	19	20
fev	18	19	20	21	22	23	24
mar	18	19	20	21	22	23	24
abr	15	16	17	18	19	20	21
mai	13	14	15	16	17	18	19
jun	17	18	19	20	21	22	23
jul	15	16	17	18	19	20	21
ago	12	13	14	15	16	17	18
set	16	17	18	19	20	21	22
out	14	15	16	17	18	19	20
nov	18	19	20	21	22	23	24
dez	16	17	18	19	20	21	22
jan	13	14	15	16	17	18	19

Fonte – Elaborado pela autora.

Além das treze edições, para desenvolver uma análise comparativa do atual projeto gráfico com o anterior, o *corpus* contém edições anteriores a reformulação gráfica, sendo escolhidas as edições das datas: 11/01/18 (edição de uma semana antes do *redesign*); 13/01/18 (edição do último sábado veiculado no projeto antigo); 14/01/18, (última edição de domingo veiculada no formato standard); e 17/01/18, (edição anterior ao *redesign*). Com isso, o *corpus* é composto por 17 edições: 11/01/18; 13/01/18; 14/01/18; 17/01/18; 18/01/18; 18/02/18; 18/03/18; 18/04/18; 18/05/18; 18/06/18; 18/07/18; 18/08/18; 18/09/18; 18/10/18; 18/11/18; 18/12/18; e 18/01/19 (conforme mostra a Figura 20).

Figura 20 – Capas do corpus da pesquisa.



DOMINGO 18 DE OUTUBRO 2014

OPOVO

13 TIROS

São os homicídios em sua maioria a região do Chacrinha do Recife?

FABRIL
Concorrente casado medeia negociações para a extinção da CCLM

O EFEITO MARIELLE

ASSASSINATO DE ATIVISTA LEVA MILHARES DE VOLTAS ÀS RUAS. O QUE VIRÁ AGORA?

GRATIS

REPUBLICANOS
Quem não se registra em 2014 não vota

DEBATEDORES
Quem não se registra em 2014 não vota

QUARTA-FEIRA 18 DE OUTUBRO 2014 WWW.OPOVO.COM.BR

OPOVO

O QUE VOCÊ PRECISA SABER SOBRE A GRIPE H1N1

PREVENÇÃO **VACINA** **TRATAMENTO**

Lavar as mãos, evitar contatos com pessoas doentes e usar máscara ajudam a evitar a doença

Compartilhar de uma pessoa com sintomas gripais, como febre, tosse, nariz escorrendo e dor no corpo

Identificação, controle de temperatura e uso de medicamentos são os princípios recomendados

REPORTAGEM: PÁGINAS 4 E 7

POLÍTICA
STF torna Aécio réu por corrupção e obstrução de Justiça

ECONOMIA
Conta de luz fica mais cara a partir de domingo

ESPORTE
Superman luta contra o câncer

CIDADES
Próximos dias devem ser de chuva e tempo quente e úmido

ESPORTE
Futebolista vem e faz festa de aniversário em São Paulo

ESPORTE
Futebolista vem e faz festa de aniversário em São Paulo

ESPORTE
Futebolista vem e faz festa de aniversário em São Paulo

SEXTA-FEIRA 18 DE OUTUBRO 2014 WWW.OPOVO.COM.BR

OPOVO

Alice Caymmi

COFFEE SAVERS

A partir de hoje, apresentamos participações de Coffee Savers

PEDOFILIA

Seis homens presos no Ceará em megaoperação

TRÊS ESTUDANTES, UM ADVOGADO, UM PROGRAMADOR E UM CONSULTOR AMBIENTAL

Alvos da Operação Luz da Infância 2 no Ceará armaram e compartilharam conteúdo pedregoso infantil explícito. Ao todo, foram 551 pessoas presas em 25 estados mas a operação segue

ESPORTE
STF solta 12 traficantes internacionais com atuação no CE

ECONOMIA
522 mil pessoas estão sem trabalho no Ceará

FABRIL
MUNICÍPIO DE FORTALEZA

REPORTAGEM
Diadema: Ministério alerta para perda de competitividade

POLÍTICA
Em Fortaleza, Ministério diz que não há vacinação

COPA DA RÚSSIA
FALTA DE RÚSSIA

SEXTA-FEIRA 18 DE OUTUBRO 2014 WWW.OPOVO.COM.BR

OPOVO

FESTIVAL INFANTIL FALTA 3 DIAS

COPA DO MUNDO

PROCURA-SE O FAVORITO

Aplicão no segundo tempo, Brasil fica no empate por 1 a 1 com a Rússia e é mais um a manter a sina de tropeços dos mais bem cotados para o título. Já a Alemanha foi superada pelo México como favorita

RECEPCIONANTE
Brasil vence Rússia

ARRASADO
Brasil vence Rússia

PÁGINAS AZUIS
México faz gol no segundo tempo

REPORTAGEM
Processo de abertura de empresas fica mais rápido no Ceará

CIDADES
Arranhos de Ceará serão os mais em processo geral de construção

FESTIVAL YEA INFANTIL
CULTURA E DIVERSÃO PARA CRIANÇAS DE TODAS AS IDADES

QUARTA-FEIRA 18 DE OUTUBRO 2014 WWW.OPOVO.COM.BR

OPOVO

MANDELA

Centenário de nascimento celebra o símbolo da luta contra o apartheid

ITAMARATY

Brasil tem 2.851 cidadãos presos em 53 países

Balanco global feito pelo Ministério das Relações Exteriores aponta movimento das crises cometidas por brasileiros pelo mundo de 2003 a 2012. Narcotráfico é principal acusação. RIA e Paraguai têm maioria dos casos, seguidos por Itália e França

ECONOMIA
Ligação em regulamento energia elétrica com 20% de desconto

POLÍTICA
Número de candidatos militares duplica no Ceará em relação à eleição de 2014

ESPORTE
Ceará busca hoje com o futebol

ESPORTE
Três jogadores de futebol de Fortaleza vão para o Ceará

CIDADES
20% dos candidatos militares duplica no Ceará em relação à eleição de 2014

SABADO 18 DE OUTUBRO 2014 WWW.OPOVO.COM.BR

OPOVO

ESTUPROS

MAIS 6 MULHERES DENUNCIAM MOTORISTA DE APP

SUSPEITO CONFESSA SEIS ATAQUES E POLÍCIA INVESTIGA DEZ CASOS

Menos de 24 horas após O POVO revelar com exclusividade pedida do técnico de radiologia Patrick Gomes do Nascimento, novas vítimas procuraram delegacia para denunciar o falso motorista de aplicativo

IMUNIZAÇÃO
Imunização

CENTRO
Centro

ESPORTE
Imunização

ECONOMIA
Imunização

POLÍTICA
Imunização

OPINÃO
Imunização



Fonte – Jornal *O Povo*.

A terceira e última parte da pesquisa foi a análise gráfica das edições, na qual delimitou-se o estudo com foco nas capas: por ser o primeiro contato do leitor com o veículo, sendo costumeiramente o argumento de venda (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014, p.132); e por ser pontuado no *Manual O POVO* (O POVO, 2018b, p. 9) que as capas são “a vitrine do jornalismo que *O Povo* reelabora”. Além disso, pautada pelos objetivos específicos deste estudo, pelo estado da arte e pela pesquisa bibliográfica, a análise foi dividida em três partes: descritiva, comparativa e de padronização visual, explicadas a seguir.

Na análise descritiva, os componentes de cada capa foram descritos tendo como enfoque a compilação de termos do tópico 3.4 *Elementos compositivos e layout*, descrevendo cada um através das fontes tipográficas utilizadas, do tamanho de texto, do alinhamento e da cor, para, posteriormente, inferir, através de análise de ordem quantitativa, o comportamento gráfico predominante de cada projeto. A ordem da descrição do texto e os critérios analisados possuem como base a tabela de recursos desenvolvida por Bruna Amaral em seu trabalho *Entre papéis e pixels: o design das capas do jornal Zero Hora de 1990 a 2010*.

Como o enfoque do trabalho de Bruna Amaral (2009) compara as capas do jornal *Zero Hora* durante 20 anos, a tabela desenvolvida em seu estudo é generalista, não abordando todos os elementos das capas. Já o presente trabalho aborda uma reformulação gráfica específica, de modo que procuramos analisar todos os elementos compositivos das capas do jornal *O Povo* do projeto anterior e posterior ao *redesign* de 2018 e, por esse motivo, uma tabela não comportaria a quantidade de elementos, nem todas as especificidades encontradas, portanto decidimos produzir um texto descritivo.

Já a segunda etapa da análise, a comparativa, tem por objetivo identificar as linhas de semelhança e ruptura entre o projeto gráfico anterior e posterior ao *redesign* do jornal *O Povo*. Dessa forma, é uma investigação através do método comparativo que “consiste no confronto de elementos, levando em consideração seus atributos”, promovendo “o exame dos dados a fim de obter diferenças ou semelhanças que possam ser constatadas, e as devidas relações entre as duas” (BONAT, 2009, p. 29) pelos aspectos gerais das capas dos dois projetos, como tipografia, paleta de cores e grid, além dos componentes da capa (fólio, logotipo, manchete, chamadas e rodapé) de forma separada.

Por último, a terceira etapa da análise pretende identificar as linhas norteadoras do atual projeto gráfico, quais elementos definem a identidade visual do jornal *O POVO*, a fim de inferir se existe uma constância gráfica nas capas do *corpus*, pois “a continuidade visual ou repetição constitui a essência ou a identidade da publicação” (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014, p. 134). Afinal, o “design da primeira página é, muitas vezes, criado em resposta ao que está disponível no momento - uma boa fotografia ou uma boa manchete - e sua respectiva capacidade de chamar a atenção” (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014, p. 132), de modo que através dessa terceira etapa da análise, a de padronização visual, pretende-se inferir como os componentes do projeto gráfico da capa respondem a essa disponibilidade de informações e se possuem constância visual.

6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

A partir da fundamentação teórica foi identificada a importância da tipografia, da cor, do grid e dos elementos compositivos no jornalismo impresso, além do contexto no qual ocorreu o *redesign* do jornal *O Povo*. De modo que através destas informações e da coleta das edições do *corpus*, com enfoque nas capas, foram identificados, analisados e comparados as tipografias, as cores, os grids e os elementos compositivos adotados pelo periódico *O Povo* antes e após a reformulação gráfica ocorrida no em janeiro de 2018.

Para tal, primeiramente foi desenvolvida uma análise descritiva focada no comportamento visual dos elementos das capas a partir dos arquivos das edições disponibilizados pela direção do jornal *O Povo* em formato *Portable Document Format* (PDF). Através desses arquivos foi possível de forma técnica identificar as fontes, os tamanhos de corpo e a cores utilizadas em cada componente. Após a análise descritiva e com base nela, foram desenvolvidas as análises comparativa e de padronização visual. Os tópicos a seguir detalham cada análise realizada.

6.1 Análise descritiva

A primeira etapa da análise descritiva consistiu no mapeamento de todas as edições, identificando quais componentes constituem as capas e de que forma se comportam graficamente. Conforme apontado na metodologia, optamos por desenvolver a análise descritiva através de um texto corrido e com base na tabela de recursos de Amaral (2009), de modo que foram descritos os componentes da página e a localização deles (superior/inferior e esquerda/centro/direita), a orientação do texto (horizontal e vertical), a cor, as fontes, os tamanhos do corpo, o uso de caixa-alta (se estavam em caixa-baixa, caixa-alta ou caixa-alta/baixa) e qual o alinhamento do texto (direita, esquerda, centralizado), além de referir, caso as manchetes e as chamadas fossem acompanhadas por imagens ou ilustrações (sobrepostas ou justapostas), dentro de boxes ou sobre fundos coloridos.

No tópico 3.4 *Elementos compositivos e layout* percebemos que as definições dos elementos que compõem as capas de jornais são amplas, algumas denominam um conjunto de informações, como *fólio*, e outras, como *manchete*, referem-se à apenas uma informação. Entretanto, nas capas, um conjunto de elementos refere-se à mesma matéria, por exemplo: o título de maior destaque (*manchete*) é, geralmente, acompanhado de um *antetítulo*, uma *chamada* específica e *remissão*. Dessa maneira, é importante ressaltar o uso específico das denominações *componente* e *elemento* no presente estudo, **o termo componente refere-se à**

um conjunto de elementos, portanto, quando for colocado “componente manchete” é referente a manchete e ao conjunto de elementos que a acompanham, o mesmo aplica-se ao “componente chamada”.

Como a base da análise descritiva do presente estudo é apenas a tabela de recursos de Amaral (2009) e o tópico 3.4 *Elementos compositivos e layout*, foi necessário desenvolver um método para tornar o texto da análise um material de consulta navegável e organizado. Assim, primeiramente, cada capa do *corpus* foi dividida através de linhas, em parte superior e inferior, como mostra a **Figura 21** – essa esquematização foi desenvolvida tendo em vista à forma como o jornal é entregue, dobrado, algo que configura uma maior importância para as informações da parte superior, sendo as primeiras que o leitor tem contato – e em lado direito e esquerdo, a fim de possibilitar a descrição da posição de cada componente na página.

Figura 21 – Esquematização da divisão das capas para análise descritiva.



Fonte – Elaborado pela autora.

Após essa divisão, as capas foram fracionadas nos componentes que as constituem: fôlio, logotipo, manchete, rodapé, chamadas e anúncios. O objetivo de tal segmentação é

identificar rapidamente os componentes fixos e a quantidade de chamadas que cada capa possui, desse modo, o logotipo é representado pela letra [a], o fôlio pela [b], a manchete pela [c], o rodapé pela [d], as chamadas por números, enumeradas da parte superior para a inferior, e os anúncios pelo sinal de asterisco.

Posteriormente a esquematização da primeira página de cada edição, focamos na lógica do texto corrido. Assim, decidimos que cada componente da capa seria descrito de acordo com a ordem vertical dos elementos que o compõem, de modo que a ordem do texto indica a posição desses elementos e, quando há uma disposição horizontal, ao invés de vertical, os elementos são descritos da esquerda para a direita, sendo identificado quais estavam de cada lado.

Com base no critério de ordem estabelecido e no mapeamento do *corpus*, foi definido que a descrição dos componentes logotipo, fôlio, manchete e rodapé seria a seguinte:

[indicação da letra do componente] Nome do componente: localização do componente na página e especificação caso haja algum elemento visual. Descrição de cada elemento que compõe o componente descrito de acordo com a ordem vertical/horizontal, com as especificações de cor, fonte, tamanho de corpo, indicação se é composto em CA (caixa-alta), CB (caixa-baixa) ou CAB (caixa-alta e caixa-baixa) e o alinhamento utilizado. Caso haja uma característica comum a todos os elementos, esta será descrita anteriormente ou posteriormente as informações sobre cada elemento.

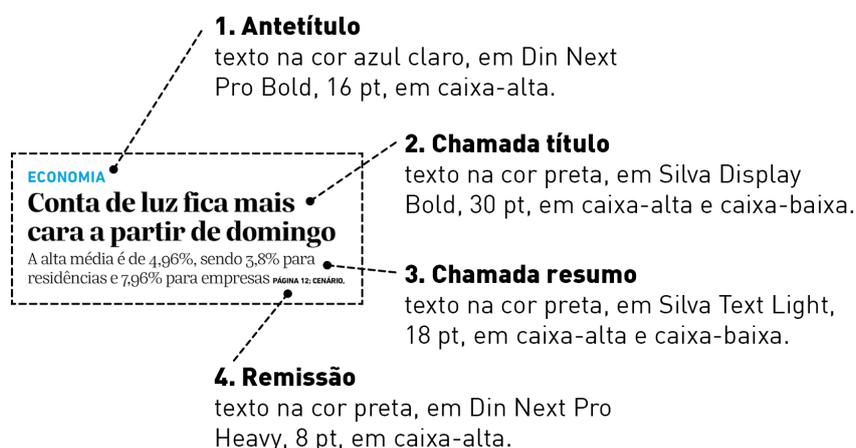
E as chamadas descritas desse modo:

[indicação do número da chamada] (Especificação de qual editoria a chamada é referente) localização do componente na página e especificação caso haja algum elemento visual, como imagens. Descrição de cada elemento que compõe a chamada descrita de acordo com a ordem vertical/horizontal, com as especificações entre parênteses de cor, fonte, tamanho de corpo, indicação se é composto em CA (caixa-alta), CB (caixa-baixa) ou CAB (caixa-alta e caixa-baixa) e alinhamento utilizado. Caso haja uma característica comum a todos os elementos, esta será descrita anteriormente ou posteriormente aos parênteses que contém as informações sobre cada elemento.

A descrição dos componentes desta maneira possibilita a identificação das especificidades e constância de cada um, se os elementos que o compõem estão na mesma ordem, com a mesma localização, fontes e cores. Ademais, com o intuito de tornar o texto da análise descritiva mais objetivo, usamos a abreviação dos termos caixa-alta (CA), caixa-baixa (CB) e caixa-alta/caixa-baixa (CAB) e arredondamos os tamanhos com casas decimais, caso uma manchete fosse composta em 63,2 pt, foi descrita como 63 pt.

Além disso, nas componentes chamadas, foram estabelecidas as denominações dos elementos “chamada título” e “chamada resumo”, por conta da ampla definição desse termo encontrada na fundamentação teórica, que abrange “pequeno título e/ou resumo de uma matéria” (RABAÇA; BARBOSA, 2014, p. 43). Durante o mapeamento do *corpus*, foi identificado que as capas do jornal *O Povo* utilizam tanto chamadas que são títulos quanto resumos, às vezes de forma conjunta, referente à mesma matéria, assim, a utilização desses dois termos tem o objetivo de delimitar melhor o elemento chamada dentro da análise descritiva. Dessa forma, nas chamadas nas quais há um título e um resumo da matéria, cada um desses elementos foi analisado separadamente e denominado na descrição como *chamada título* e *chamada resumo* respectivamente, como mostra a **Figura 22**.

Figura 22 – Esquematização de um componente chamada da edição 18/04/2018.



Fonte – Elaborado pela autora.

Outro componente que merece maior atenção é a manchete, conforme apontado anteriormente, é formada também por diversos elementos (como antetítulo, linha-fina, chamada e remissão), portanto na **Figura 23** temos a esquematização de como foram descritos os elementos do componente manchete da edição de 18/09/2018.

Figura 23 - Esquematisação dos elementos do componente manchete da edição 18/09/2018.

LEGISLATIVO ESTADUAL

1. Antetítulo
Dentro de tarja azul claro, texto na cor branca, em Din Next Pro Heavy, 40 pt, CA.

POR QUE 1 EM CADA 5 DEPUTADOS DESISTIU DA REELEIÇÃO

2. Manchete
Cor preta, em Din Next Pro Regular e Heavy, 63/142 pt, CA.

Dez dos atuais 46 parlamentares no Estado não tentarão disputar um novo mandato de quatro anos na Assembleia Legislativa. Desses, quatro buscarão vaga na Câmara Federal **POLÍTICA, PÁGINA 7**

3. Chamada
Cor preta, em Silva Text Book e destaques em Bold, 20 pt, CAB.

POLÍTICA, PÁGINA 7

4. Remissão
Cor preta, em Din Next Pro Heavy, 10 pt, CA.

Fonte – Elaborado pela autora.

Essa primeira parte do tópico pretende explicar a metodologia e a lógica do texto da análise descritiva, desenvolvido por completo no **Apêndice A** – visto que é extenso, com objetivo de configurar um material de consulta para o restante da análise. De modo que a seguir será exposta e exemplificada a análise descritiva da capa da edição de 18/01/2018, para mostrar como funciona a descrição de cada componente individualmente.

A análise de cada capa começa com a data, o dia da semana na qual foi veiculada e o número da edição: **Edição 11 de janeiro de 2018 (quinta-feira), Nº 30.152**. Após tais informações segue a esquematização da capa, com divisão em quadrante de linhas e a segmentação dos componentes, referenciados de acordo com a metodologia desenvolvida no estudo (conforme mostra a **Figura 24**).

Figura 24 – Esquematisação da capa da edição de 18/01/2018.



Fonte – Elaborado pela autora.

Após essa etapa, cada um dos componentes da capa é descrito em texto corrido, como o intuito aqui é demonstrar tal descrição, vamos exemplificar cada componente da capa e apresentar o texto da análise de descrição.

Figura 25 – Logotipo da edição de 18/01/2018.

O POVO

Fonte – Elaborado pela autora.

[a] **Logotipo (Figura 25):** localizado no alto da página, centralizado, abaixo do fôlio. Dois tons de azul, desenho de letra semelhante à *Silva Display Black*, CA.

Figura 26 – Esquematisação do componente fólio da edição de 18/01/2018.



Fonte – Elaborado pela autora.

[b] Fólio (Figura 26): localizado no alto da página, centralizado, composto por duas linhas finas com as informações entre. Na esquerda, informações em: Din Next Pro Regular, Silva Display Black e Din Next Pro Bold, todas na cor cinza, 20 pt, CA. À direita do selo “90 anos” na cor preta, informações em preto, em Din Next Pro Regular e Bold, 7 pt, CA, alinhamento à direita.

Figura 27 – Esquematisação do componente rodapé da edição de 18/01/2018.



Fonte – Elaborado pela autora.

[d] Rodapé (Figura 27): localizado na margem da parte inferior, separado por uma linha preta no alto e duas barras cinzas no fim. É composto por quatro informações textuais semelhantes - todas na cor preta, 8 pt, alinhamento à esquerda, destaques em Din Next Pro Bold, CA (com exceção da palavra “Atendimento” que é em CAB) e restante em Din Next Pro Regular, CAB - e o código de barras.

Figura 28 – Esquematização do componente manchete da edição de 18/01/2018.



Fonte – Elaborado pela autora.

[c] **Manchete (Figura 28)**: localizada no meio direito da parte superior com elementos sobrepostos e justapostos à uma imagem. Acima da imagem à esquerda - Crédito da imagem (cor preta, Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); Sobreposto a imagem, textos em cor branca e alinhados à direita - Sem

classificação, palavra “Castanhão” que poderia configurar como antetítulo caso estivesse em corpo menor que o da manchete (Silva Display Book, 71 pt, CA); Manchete (Silva Display Black, 64 pt, CAB); e Remissão (Silva Display Bold, 18 pt, CAB). Abaixo da imagem - Legenda (cor preta, Silva Display Book, 11 pt, CAB, alinhamento à direita).

Figura 29 – Esquematização das chamadas semelhantes da edição de 18/01/2018.



Fonte – Elaborado pela autora.

[1] (Figura 29) (Chamada para editoria Política) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página - Antetítulo dentro de tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Bold, 10 pt, CA); Chamada (cor preta, em Din Next Pro Bold, 14 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[2] (Figura 29) (Chamada para caderno Vida&Arte) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página - Antetítulo dentro de tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Bold, 10 pt, CA); Chamada (cor preta, em Din Next Pro Bold, 14 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (Figura 29) (Chamada para caderno especial) localizada no baixo direito da parte inferior da página - Antetítulo dentro de tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Bold, 10 pt, CA); Chamada (cor preta, em Din Next Pro Bold, 14 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

Figura 30 – Esquematisação da chamada avulsa da edição de 18/01/2018.



Fonte – Elaborado pela autora.

[4] (Figura 30) (Chamada avulsa) localizada no baixo direito da parte inferior da página, justaposta à direita de uma pequena imagem - Chamada título (cor preta, em Silva Display Bold, 20 pt, CA); Antetítulo (cor azul, em Din Next Pro Bold, 12 pt, CA); Chamada resumo (cor preta, Silva Text Book, 11 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

6.1.1 Resultados da análise descritiva

Após o desenvolvimento do texto corrido (Apêndice A), desenvolveu-se uma análise de ordem quantitativa para inferir qual é o comportamento visual dominante dos componentes das capas do *corpus*. A partir da primeira parte da análise descritiva, percebemos que os componentes possuem especificidades e, por esse motivo, foi necessário métodos diferentes para concluir a dominância visual de cada um. O logotipo, o fôlio e o rodapé são componentes que possuem grande constância em ambos os projetos, com mudanças pontuais, de modo que através da exemplificação é possível apontar a predominância visual. Já os componentes manchete e chamada têm dinamização maior, relacionado aos aspectos compositivos, assim, foi necessário o uso de tabelas de dominância.

É importante salientar que as porcentagens referentes a cada projeto não representam o mesmo número de edições, pois o *corpus* é composto por quatro edições do projeto antigo e treze do atual. Além disso, com base no Apêndice A percebemos que as edições dominicais em ambos os projetos são diferentes do resto da semana, não representando um comportamento visual dominante dentro do *corpus*, entretanto, são relativos a um padrão utilizado nos dias de domingo e, por esse motivo, serão apresentadas aqui.

6.1.1.1 Logotipo

Antes do *redesign*: aparece em 75% das edições, com a mesma composição (desenho de letra semelhante à *Chronicle Display Black* e azul), mudando somente a localização. Na edição dominical (25%), o logotipo adota a cor vermelha no primeiro “O” e é acrescentado após *O POVO* a palavra “. dom” em tipografias e cores diferentes (**Figura 31**).

Figura 31 – Logotipos do projeto antigo (das edições de 11/01/2018 e 14/01/2018 respectivamente).



Fonte – Jornal *O Povo*.

Em relação à espacialidade, no projeto antigo, em 75% (3 edições) o logotipo é localizado no alto da página, centralizado, com orientação horizontal e sem relação com imagens e/ou fundos coloridos.

Após o *redesign*: o logotipo é composto em desenho de letra semelhante à *Silva Display Black* em todas as capas e, nas três edições dominicais (23%), adota o vermelho no primeiro “O” e fica ligeiramente menor (**Figura 32**).

Figura 32 – Logotipos do projeto novo (das edições de 18/01/2018 e 18/02/2018, respectivamente).



Fonte – Jornal *O Povo*.

Sobre os aspectos espaciais do logotipo no atual projeto, em 61,5% (8 edições), é localizado no alto no alto da página, abaixo de outros elementos, centralizado, com orientação horizontal e sobre e/ou abaixo imagens e/ou fundos coloridos.

6.1.1.2 Fólio

Antes do *redesign*: em 75% tem a mesma composição – uma barra cinza, com o selo “90 anos” na cor preta (localizado na ponta direita da barra) e informações textuais em AmplitudeCond Bold e Regular, 11 pt, em caixa-alta e com alinhamento centralizado –, mudando somente na edição dominical (conforme mostra a Figura 33). Em relação a localização, esse componente é centralizado à página nas edições semanais (75%), e aparece em 50% acima logotipo.

Figura 33 – Fólios do projeto antigo (das edições de 11/01/2018 e 14/01/2018, respectivamente).



Fonte – Jornal *O Povo*.

Após o *redesign*: possui a mesma composição e localização em 46% das capas – localizado no alto da página, sem interferências de imagem, centralizado, composto por duas linhas finas, com informações de dia da semana, data e site à esquerda e, à direita, selo de “90 anos” e informações do número da edição, cidade e preço. Em 66,5% das edições dominicais, aparece com formatação semelhante aos dos dias da semana, tendo como diferença a ausência do site e tamanho menor, conforme mostra a Figura 34.

Figura 34 – Fólios do projeto novo (das edições de 18/01/2018 e 18/02/2018, respectivamente).



Fonte – Jornal *O Povo*.

6.1.1.3 Rodapé

Antes do *redesign*: aparece em 75% das edições, inclusive no domingo, da mesma forma, localizado na parte inferior da capa, composto por seis elementos diferentes, conforme mostra a **Figura 35**.

Figura 35 – Rodapé do projeto antigo (da edição de 11/01/2018).



Fonte – Jornal *O Povo*.

Após o *redesign*: em 61,5% das edições tem a formatação apresentada na **Figura 36**. Nas edições dominicais não há especificamente um rodapé, restando desse componente apenas o código de barras e, em uma edição, os selos da Cerflor, INMETRO e PEFC.

Figura 36 – Rodapé do projeto novo (da edição de 18/09/2018).



Fonte – Jornal *O Povo*.

6.1.1.4 Manchete

Antes do *redesign*: em 75% das capas o componente manchete é composto por antetítulo, manchete, chamada e remissão, sem vinculação com imagens, com especificações dos elementos conforme mostra a **Tabela 2**, tendo como variante apenas o tamanho de corpo do elemento manchete. Além disso, o alinhamento predominante (75% incluindo a edição de domingo) é à esquerda e, em relação as cores, todos os elementos são na cor preta, com exceção do antetítulo, que varia de acordo com a editoria da matéria.

Tabela 2 – Dominância da composição do componente manchete no projeto antigo.

ANÁLISE TIPOGRÁFICA Componente Manchete PROJETO ANTIGO		Fonte	Peso	Tamanho	CA	CAB	Tarja
TIPOGRAFIA	Antetítulo [4]	Amplitude	Ultra [3] - 75%	40 pt	100%	0%	0%
		AmplitudeCond	Bold [1] - 25%				
	Manchete [4]	AmplitudeCond	Ultra [3] - 75%	VARIA	[1] 25%	[3] 75%	0%
			Bold [1] - 25%				
	Chamada [4]	AmplitudeCond	Light [4] - 100%	20 pt	0%	100%	0%
Remissão [4]	AmplitudeCond	Black [4] - 100%	20 pt	100%	0%	0%	

Fonte – Elaborado pela autora.

Já nas edições dominicais, é identificada uma maior homogeneização da composição tipográfica desse componente, composto todo em AmplitudeCond, nos pesos Black (remissão e destaque da chamada), Bold (antetítulo e manchete) e Light (chamada), diferente dos outros dias da semana, nos quais é composta tanto em Amplitude, quanto em AmplitudeCond, tendo um total de 4 fontes diferentes (a **Figura 37** mostra o componente manchete do dia 17/01/2018 que obedece o comportamento predominante do projeto antigo e a edição de domingo, 14/01/2018). Além disso, a manchete das edições de domingo do projeto antigo vem em caixa-alta e o antetítulo vem em azul e cinza, sem sinalizar a editoria da matéria principal (*Economia* é referenciada nas outras capas pela cor vermelha).

Figura 37 – Componente manchete do projeto antigo, das edições de 17/01/2018 e 14/01/2018, respectivamente.

JUDICIÁRIO E POLÍCIA

Facção ameaça e consegue transferência de detento

Em Senador Pompeu, grupo criminoso ameaçou juiz, promotor e delegado para conseguir a transferência de um preso da cadeia pública da cidade, onde estariam rivais de outra facção. Depois de dois atentados contra fórum da comarca, mudança foi acatada. Entidades criticam recuo do Estado **Cotidiano, página 2**

CONSUMO. FUTURO

A NOVA CARA DOS SHOPPINGS

ENTRETENIMENTO | CONVENIÊNCIA | LAZER

Shoppings de Fortaleza têm oferecido experiências inovadoras aos clientes, como, por exemplo, festivais de música, que podem incrementar as vendas em até 30%. Para especialistas, tendência é de que estabelecimentos que não busquem inovar não sobrevivam no mercado **Economia, páginas 19 e 20**

Fonte – Jornal *O Povo*.

Após o *redesign*: esse componente possui grande dinamização, de modo que em apenas 23% das capas (3 edições) foi encontrado a mesma associação de elementos, no caso, antetítulo, manchete, linha-fina, chamada e remissão, sem imagens, configurando, assim, o comportamento mais padrão dentro do atual projeto, exemplificado na **Figura 38**. Entretanto, é importante salientar que o comportamento desses 23% é referente ao conjunto de elementos e não é relacionado aos aspectos tipográficos. Com enfoque nos elementos do componente manchete das edições, percebeu-se que 92% possuem chamadas, 69% apresentam antetítulo, 61,5% estão associados à imagens e 38% possuem linha-fina.

Figura 38 – Componente manchete “padrão” do projeto novo da edição de 18/12/2018.



Fonte – Jornal *O Povo*.

A partir desses resultados, tentou-se chegar à um comportamento dominante dos elementos (conforme aponta a **Tabela 3**), invés de uma predominância do componente completo. Assim, foi possível concluir que nas edições em que estão presentes: o antetítulo é 100% composto em Din Next Pro Heavy, 40 pt, em caixa-alta e dentro de tarja colorida; a manchete é composta em 75% em Din Next Pro Heavy e em caixa-alta; a linha-fina é composta em 40% em Din Next Pro Regular e em caixa-alta; a chamada é 75% composta em Silva Text Book, 20 pt, em caixa-alta e caixa-baixa; e a remissão é 69% composta em Din Next Pro Heavy, 10 pt, em caixa-alta.

Tabela 3 – Dominância da composição do componente manchete no projeto atual.

ANÁLISE TIPOGRÁFICA Componente Manchete PROJETO ATUAL		Fonte	Peso	Tamanho	CA	CAB	Tarja
TIPOGRAFIA	Antetítulo [9]	Din Next Pro	Heavy [8] - 89%	40 pt	100%	0%	100%
			Black [1] - 11%				
	Manchete [13]	Din Next Pro [12] - 92,3%	Heavy [10] - 76,9%	VARIA	[9] 75%	[3] 25%	0%
			Black/ Heavy [1] - 7,7%				
			Regular/ Heavy [1] - 7,7%				
		Silva Display	Book - [1] - 7,7%				
	Linha-fina [5]	Din Next Pro	Regular [2] - 40%	VARIA	100%	0%	[1] 20%
			Bold [1] - 20%				
			Light [2] - 40%				
	Chamada [12]	Silva Text [10] - 83%	Book [8] - 66%	20 pt [10] - 83% 18 pt [2] - 17%	[1] 8,5%	[11] 91,5%	0%
			Light [1] - 8,5%				
			Medium [1] - 8,5%				
		Silva Display	Light [1] - 8,5%				
Din Next Pro		Bold [1] - 8,5%					
Remissão [13]	Silva Display	Bold [1] - 7,7%	10 pt [9] - 69,2% 8 pt [2] - 15,4% 18 pt [1] - 7,7% 14 pt [1] - 7,7%	[12] 92,3%	[1] 7,7%	0%	
	Din Next Pro	Bold [1] - 7,7%					
		Heavy [11] - 86,4%					

Fonte – Elaborado pela autora.

Além disso, notou-se que 84,5% (11 edições) dos componentes manchete têm alinhamento central e, em relação às cores utilizadas, percebeu-se que a tarja do antetítulo varia na cores amarelo (4 edições), azul (3 edições), preto (2 edições) e cinza (1 edição) e em 69% das edições a manchete e a chamada estão na cor preta. Nas edições dominicais, todos os componentes manchetes estão sobrepostos à imagens.

6.1.1.5 Chamada

Tanto no projeto antigo quanto no atual foram identificados diversos tipos de chamada, com diferentes fontes, tamanhos, disposições e cores, algumas justapostas ou sobrepostas à imagem, ou dentro de boxes e fundos. Diferente dos outros componentes, as chamadas são

muito heterogêneas, de modo que foi necessário delimitar o tipo de componente chamada mais recorrente para analisar na etapa quantitativa do estudo. Na primeira parte da análise descritiva (Apêndice A), foram identificadas cinco tipos desse componente, chamadas que estão associadas: [1] à alguma imagem; [2] à logo específica do caderno do jornal; [3] à box; [4] à imagem e box e [5] composta apenas tipograficamente (conforme mostra a **Figura 39**).

Figura 39 – Diversos tipos de chamadas presentes em ambos os projetos.

1 **Pré-Carnaval de Fortaleza**
AURELIO ALVES/ESPRESSO/REDAÇÃO

CIDADE DE FOLIÕES Primeiro fim de semana oficial do Ciclo Carnavalesco teve baterias na Praça de Iracema, folia em shoppings e bloco em defesa do ex-presidente Lula **PÁGINAS 5 E 16; AGUANABBI, 18**

2 **POPVEÍCULOS**
CARROS ANTIGOS
ARTIGORREBLENDO. FOMENTO POR CARROS ANTIGOS APROXIMA COLECCIONADORES
PÁGINAS 1 A 3
buchicho casa
AMBIENTES. CEEZ TENDÊNCIAS DE DECORAÇÃO PARA RENOVAR A CASA EM 2018
PÁGINAS 1 A 4

3 **ALTA DE 2,27%**
INFLAÇÃO DE FORTALEZA EM 2017 É A MENOR EM CINCO ANOS
ECONOMIA, PÁGINA 17

4 **COTIDIANO**
TENDÊNCIAS QUE DEVEM BOMBAR NO CARNAVAL PÁGINA 17

COTIDIANO Ciclo Carnavalesco começa amanhã com Luxo da Aldeia na Praça do Ferreira
PÁGINA 2

1 ALDO CASAR

ESPORTES
Ceará estreia em 2019 com goleada pelo Nordestão PÁGINA 21
VVVV Jôni, a temporada fazenda 5 a 0 sobre o Sampaio Corrêa, no Castelão

5 **CIDADES**
STF solta 12 traficantes internacionais com atuação no CE
PÁGINA 20
ECONOMIA
522 mil pessoas estão sem trabalho no Ceará
PÁGINA 13

3 **CIDADES**
Camilo pede a Moro reforço de agentes prisionais
PÁGINAS 11 A 14

4 GUSTAVO DINIZ/ESPRESSO PARA O PÓDIO

FAROL
Chuvvas deste dezembro já são mais que o dobro da média histórica no Ceará
PÁGINA 4

Fonte – Elaborado pela autora.

O número total de chamadas presentes do *corpus* é 97 (33 do projeto antigo e 64 do atual), deste número, 53 (representando 54,6% do total) são compostas somente por elementos tipográficos, configurando o tipo 5, ou seja, não estão associadas à nenhuma imagem, box e/ou logo específica de cadernos. Desses 53 componentes, 49 são compostos apenas pelos elementos antetítulo, chamada e remissão, configurando, assim, o padrão de composição de chamada mais recorrente e que iremos analisar.

Antes do *redesign*: existem 13 chamadas que estão dentro do padrão estabelecido, o que significa 39,3% do número total desse componente no projeto antigo. Nos dias da semana, os elementos chamadas intercalam de peso (medium e bold) e, quando estão em conjunto, o componente segue a mesma formatação: antetítulo composto em Amplitude Black, 16 pt e em caixa-alta, com cor e nome referente à editoria da matéria; chamada em AmplitudeComp Medium intercalando com Bold, 21 pt, em caixa-alta e baixa, cor preta; e remissão em Amplitude Black, 11 pt, em caixa-alta, cor preta, sendo o comportamento predominante (84,6%), conforme aponta a **Tabela 4**.

Tabela 4 – Dominância da composição do componente chamada no projeto antigo.

ANÁLISE TIPOGRÁFICA Componente Chamada PROJETO ANTIGO		Fonte	Peso	Tamanho	CA	CAB
TIPOGRAFIA	Antetítulo	Amplitude	Black [11] - 84,6%	16 pt	100%	0%
		AmplitudeCond	Bold [2] - 15,4%	22 pt		
	Chamada	AmplitudeComp	Medium [6] - 46,2%	21 pt	0%	100%
			Bold [5] - 38,4%			
			Regular [2] - 15,4%			
	Remissão	Amplitude	Black [11] - 84,6%	11 pt	100%	0%
			Bold [2] - 15,4%			

Fonte – Elaborado pela autora.

Na edição dominical, o componente é formado por: antetítulo em Amplitude Bold, 22 pt e em caixa-alta, com cor azul e nome da editoria da matéria; chamada em AmplitudeComp Regular, 21 pt, em caixa-alta e baixa, uma na cor preta e outra na cinza; e remissão em Amplitude Bold, 11 pt, em caixa-alta, cor preta (a **Figura 40** mostra os dois comportamentos).

Figura 40 – Chamadas padrões do projeto gráfico antigo do jornal O Povo.

Fonte – Retiradas das edições de 11/01/18 e 14/01/18 do jornal *O Povo* respectivamente.

Após o *redesign*: existem 36 chamadas que estão dentro do padrão estabelecido, significando 56,2% do número total desse componente no atual projeto. Além disso, majoritariamente, os elementos chamadas intercalam de peso (light e bold) quando estão em conjunto e o componente segue em 74,8% (soma das porcentagens do elemento chamada em Silva Display Light e Bold, 18 pt) a formatação: antetítulo em Din Next Pro Bold, 16 pt, em caixa-alta e com cor azul; chamada em Silva Display Light intercalando com Bold, 18 pt, em caixa-alta e baixa, cor preta; e remissão em Din Next Pro Heavy, 8 pt, em caixa-alta, cor preta, conforme aponta a **Tabela 5**

Tabela 5 – Dominância da composição do componente chamada no projeto atual.

ANÁLISE TIPOGRÁFICA Componente Chamada PROJETO ATUAL		Fonte	Peso	Tamanho	CA	CAB	Tarja	
TIPOGRAFIA	Antetítulo	DIN Next Pro	Bold [36] - 100%	16 pt [29] - 80,3%	100%	0%	[7] 19,7%	
				10 pt [7] - 19,7%				
	Chamada	Silva Display	Light [13] - 36%	18 pt [13] - 36%	0%	100%	0%	
				Bold [15] - 41,6%				18 pt [14] - 38,8%
				Book [1] - 2,8%				28 pt [1] - 2,8%
				Book [1] - 2,8%				30 pt [1] - 2,8%
		DIN Next Pro	Heavy [1]- 2,8%	14 pt [1]- 2,8%				
				Bold [6] - 16,8%				14 pt [6] - 16,8%
	Remissão	DIN Next Pro	Heavy [30] - 83,2%	8 pt [36] - 100%	100%	0%	0%	
								Bold [6] - 16,8%

Fonte – Elaborado pela autora.

Além deste comportamento padrão, no atual projeto, 16,8% dos componentes apresentam: antetítulo em Din Next Pro Bold, 10 pt, em caixa-alta e dentro de tarja amarela; chamada em Din Next Pro Bold, 14 pt, em caixa-alta e baixa, cor preta; e remissão em Din Next Pro Bold, 8 pt, em caixa-alta, cor preta. A **Figura 41** mostra os dois comportamentos.

Figura 41 – Chamadas padrões do projeto gráfico atual do jornal O Povo.



Fonte – Retiradas das edições de 18/08/18 e 18/01/18 do jornal *O Povo*, respectivamente.

6.2 Análise comparativa

A análise comparativa entre os dois projetos leva em consideração os aspectos dominantes, identificados através dos *resultados da análise descritiva*. Esse tópico possui a mesma divisão do capítulo 3, de modo que, primeiramente, são abordados comparativamente os aspectos gerais dos dois projetos, como tipografia, paleta de cores e grid, para, por fim, identificar as linhas de semelhança e de ruptura dos elementos compositivos.

6.2.1 Tipografia

A tipografia é colocada durante a pesquisa bibliográfica como um elemento essencial dentro do projeto gráfico de jornal, tanto no aspecto identitário, tendo papel importante para o reconhecimento visual de um periódico pelo público, quanto no aspecto organizacional, impactando diretamente na navegabilidade do veículo. De modo que esse tópico da análise tem por objetivo analisar aspectos tipográficos dentro do recorte do *corpus* da pesquisa.

Anteriormente ao *redesign* do *O Povo* era adotada uma família sem serifa, a *Amplitude*, desenhada por Christian Schwartz, e outra serifada, a *Poynter Oldstyle*, desenhada por Tobias Frere-Jones, ambas da *type foundry Font Bureau*, já no atual projeto gráfico, temos as famílias *Din Next*, desenhada por Akira Kobayashi e Sandra Winter e distribuída pela *Linotype*, sendo um *best-seller* do site *Myfonts*, e a *Silva*, desenhada pelo brasileiro Daniel Sabino e distribuída pela *Blackletra*.

Através da análise descritiva do *corpus*, foi possível perceber que as capas do projeto antigo adotavam a *Amplitude* majoritariamente, uma família bastante versátil com 35 fontes (Figura 42), possuindo cinco variações de largura (*extra compressed*, *compressed*, *condensed*, *normal*, *wide*) e sete de peso (*light*, *book*, *regular*, *medium*, *bold*, *black* e *ultra black*).

Figura 42 – Família Amplitude.



Fonte – <https://blog.webtype.com/?p=495/>.

Sobre as características da família projetada por Schwartz, é apontado no site da *typefoundry* que a família foi lançada em 2003, com desenhos tanto para texto quanto para *display*, possuindo cortes nas letras que preveem a propagação da tinta no papel (conhecidos também como *ink traps*¹⁷), mantendo, desse modo, a legibilidade em condições abaixo do ideal. Além disso, o *typedesigner* transformou esses cortes nas letras (**Figura 43**) em uma característica estética da fonte (TYPENETWORK, 2019a)

¹⁷ Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014, p. 24) exemplificam *ink traps*, como certas entradas nas letras, algo que Lupton (2013, p. 53) define como formas chanfradas, com a função de impedir que “a tinta preencha as formas das letras quando impressas em tamanhos mínimos.

Figura 43 – Características estéticas da fonte Amplitude Medium.



Fonte – Elaborado pela autora.

Já a *Poynter OldStyle*, a família serifada do projeto antigo, é utilizada apenas em três elementos da capa da edição de domingo (14/01/2018) e apenas na versão *Display Bold*, de modo que a análise comparativa não vai abordá-la, pois não se enquadra em um comportamento majoritário do projeto. Entretanto, vale apontar que, de acordo com as especificações do site *TypeNetwork* essa família foi projetada em 1997, como resposta ao custo mais alto do papel de jornal, de modo a ter um desenho que possibilitasse um número maior de caracteres por linha e possuísse formas familiares, assim, Tobias Frere-Jones retornou aos tipos romanos de Hendrik van der Keere e desenhou tipos no estilo *OldStyle* para texto de jornal (TYPENETWORK, 2019b)

Sobre as famílias do atual projeto gráfico, observa-se que a *Din Next* é utilizada em todas as manchetes (com exceção da edição de 18/01/2018), créditos e legendas, além de estar presente na maioria dos antetítulos, em algumas chamadas e na composição completa dos rodapés das capas. O desenho dessa família foi lançado em 2009, baseado na *typeface DIN 1451*, utilizada por muito tempo nos sistemas oficiais de sinalização da Alemanha e, diferentemente de sua antecessora, possui um extenso número de variantes e pesos (FONTS.COM, 2019), de modo que:

Esse design clássico tornou-se em um moderno e necessário, que inclui sete pesos que variam do claro ao preto, cada um com complemento itálico e condensada. A família também incluiu quatro projetos arredondados, ampliando o alcance do conceito original e a usabilidade central. (...) A atualização de Akira Kobayashi fez pequenas alterações no design, arredondando os ângulos dos cantos anteriormente quadrados para humanizar a família. Enraizada em mais de 100 anos de história, é seguro dizer que sempre haverá uma demanda pelo design DIN e, graças ao DIN Next, agora é tão utilizável quanto desejado.¹⁸ (MYFONTS, 2019, tradução nossa)

¹⁸ Do original: “This classic design turned modern must-have includes seven weights that range from light to black, each of which has a complementary italic and condensed counterpart. The family also included four rounded designs, stretching the original concept’s range and core usability. (...) Akira Kobayashi’s update made slight changes to the design, rounding the formerly squared-off corner angles to humanize the family. Rooted

No total, a *DIN Next* possui 28 fontes, variando tanto em peso (*Ultra Light, Light, Regular, Medium, Bold, Heavy e Black*), quanto em largura (normal e condensada) e inclinação (normal e itálico), de modo que temos grande versatilidade (**Figura 44**).

Figura 44 – Fontes da família DIN Next.



Fonte – <http://https://www.myfonts.com/fonts/linotype/din-next/>.

Já a família *Silva* é utilizada tanto no logotipo e em diversos tipos de chamadas na capa, quanto para o corpo do texto e título nas páginas internas do atual projeto gráfico do jornal *O Povo*. Na descrição do *type specimen* da família *Silva* é colocado:

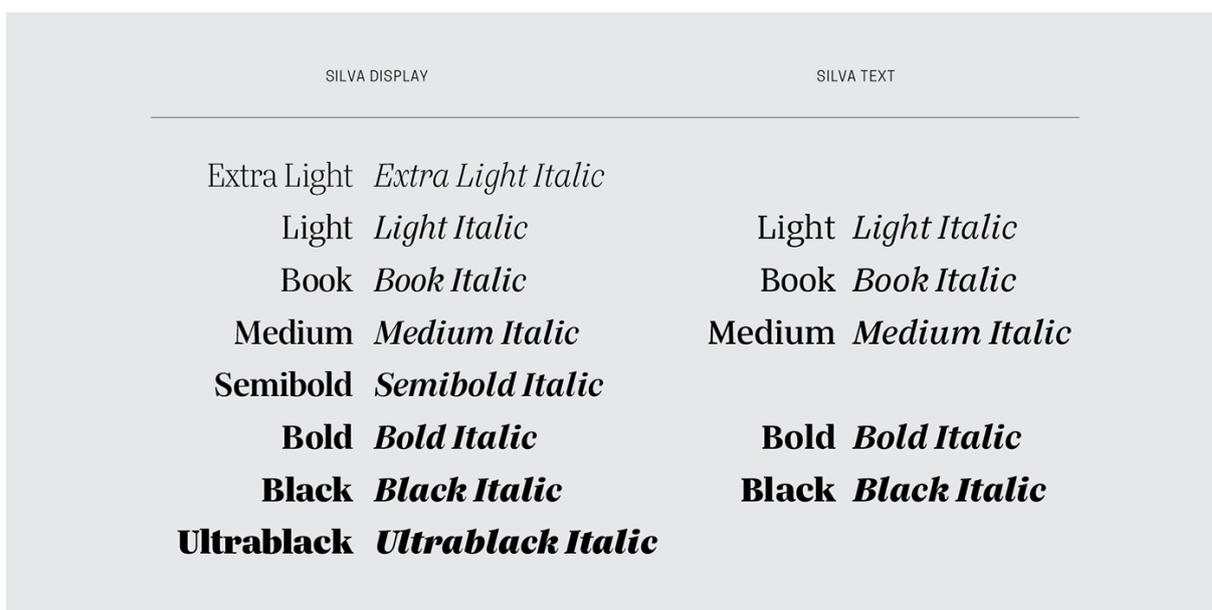
Projetada principalmente para uso editorial, *Silva* é uma superfamília ideal para meios complexos que exigem um desenho de letra altamente versátil. Com proporções levemente condensadas, altura-x generosa, ascendentes e descendentes moderados e serifas robustas, é uma tipografia extremamente legível e econômica. Subdividida em dois tamanhos ópticos, a família possui um total de 26 fontes, incluindo itálico. (BLACKLETRA, 2015, p. 6, tradução nossa)¹⁹.

As 26 fontes dessa família serifada estão divididas em *text* e *display*, a primeira disponível em cinco pesos (*Light, Book, Medium, Bold e Black*) e a segunda em oito (*Ultra Light, Light, Book, Medium, Semibold, Bold, Black e Ultrablack*), ambas com dois tipos de inclinação (normal e itálico), de modo que temos uma ampla família (**Figura 45**).

in over 100-years of history, it's safe to say that there will always be a demand for the DIN design, and thanks to DIN Next, now it's as usable as it is desired".

¹⁹ Do original: "Designed primarily for editorial use, *Silva* is a superfamily ideal for complex environments requiring a highly versatile typeface. With slightly condensed proportions, generous x-height, moderated ascenders and descenders and robust serifs, it is an extremely readable and economic type. Subdivided in two optical sizes, the family has a total of 26 fonts including italics".

Figura 45 – Fontes da família Silva.

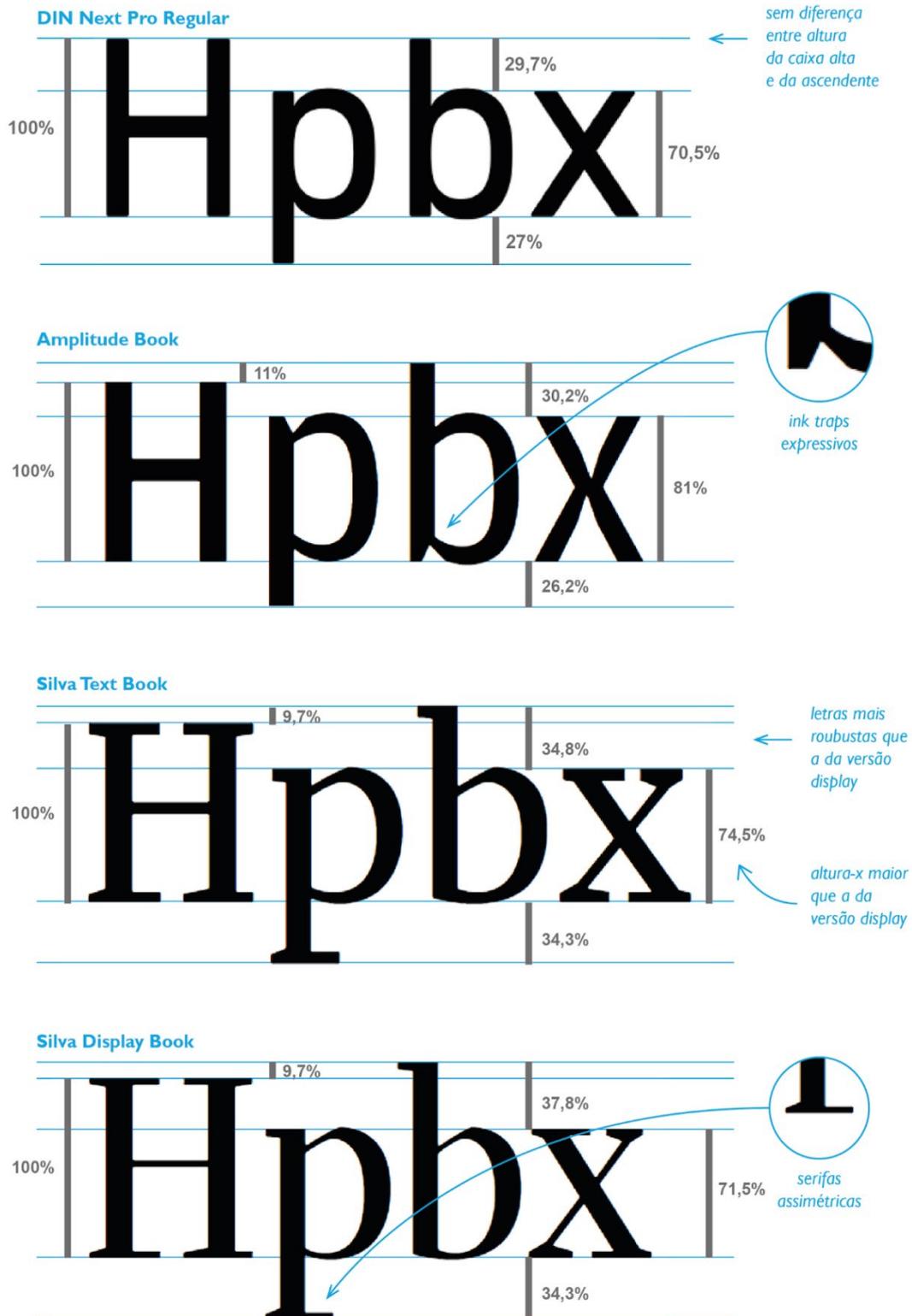


Fonte –//<https://www.behance.net/gallery/31708187/Typeface-Silva/>.

As definições expostas acima são todas de sites que comercializam as fontes de ambos os projetos e através desses apontamentos podemos perceber certas características em comum. Através destas informações iremos analisar comparativamente a fonte *Amplitude* com as fontes *DIN Next* e *Silva* de acordo com os aspectos abordados na fundamentação teórica: anatomia (linhas de construção dos caracteres e aspectos anatômicos), quantidade de estilos e combinação de fontes.

6.2.1.1 Anatomia

Figura 46 – Esquemática comparativa entre a altura das versais, com a altura de x, dos ascendentes e dos descendentes, das fontes Amplitude Book, DIN Next Pro Regular, Silva Text Book e Silva Display Book.



Fonte – Elaborado pela autora.

A partir da esquematização acima (**Figura 46**), podemos perceber que *Amplitude* têm a maior altura-x dentre as fontes, com uma diferença de apenas 20% comparada à altura da caixa alta, logo após vem a *Silva Text* e *Display*, e por último *DIN Next*. Conforme visto na pesquisa bibliográfica, a altura-x de um caractere está relacionada ao impacto dele, pois com o mesmo tamanho de corpo, tipos com maiores altura-x parecem maiores, de modo que, nesse aspecto, a *Amplitude* tem vantagem comparada às fontes do atual projeto. Entretanto, vale ressaltar que apesar da maior altura-x, a maioria das fontes utilizadas no projeto anterior eram condensadas (conforme abordaremos na comparativa de estilos), assim, o aspecto da largura do caractere também se relaciona ao impacto dele no layout. Na **Figura 47**, utilizamos a manchete da edição do *O Povo* de 18/12/2018 para fazer um comparativo de impacto visual entre as fontes dominantes no elemento manchete de ambos os projetos.

Figura 47 – Esquematização comparativa entre as fontes DIN Next Pro Heavy e Amplitude Condensed Ultra.



Fonte – Elaborado pela autora.

Conforme é possível perceber na **Figura 47**, as fontes quando colocadas com o mesmo corpo não possuem tanta diferença de presença na composição visual, podemos relacionar isso ao uso de uma fonte condensada no segundo exemplo, de modo que, mesmo as letras parecendo maiores, a largura dos caracteres interfere na ocupação do espaço.

Além disso, é importante salientar algumas características da anatomia das fontes. A *Amplitude* tem bem marcado os cortes chanfrados, com *ink traps* expressivos, algo que dá uma característica marcante à família, ademais, por conta da grande altura-x, seus caracteres

parecem mais alongados, mesmo em fontes não condensadas. Já a *DIN Next*, possui um desenho mais arredondado e a altura igual para caixas altas e letras com ascendentes, algo que podemos relacionar ao uso maior para títulos.

Por fim, é interessante observar as diferenças entre os dois tamanhos ópticos da *Silva*, conforme abordado na fundamentação teórica, a versão *text* é mais robusta (podemos perceber isso nitidamente ao olhar para as serifas e para a barra do “H”) e a altura-x diminui e o ascendente fica maior na versão *display*, ou seja, a *Silva Text* é mais legível em pequenos tamanhos que a *Silva Display*, conforme mostra a **Figura 48**. Além disso, como a *Amplitude*, a *Silva* tem características marcantes em seu desenho, como as serifas assimétricas, algo que denota uma maior contemporaneidade à família.

Figura 48 – Esquematização comparativa entre as fontes Silva Text e Display.



Fonte – Elaborado pela autora.

6.2.1.2 Estilos

Em relação a extensão das famílias tipográficas, tanto a *Amplitude*, a *Din Next* e a *Silva* são extensas. Em comparativa, é difícil determinar qual delas é mais versátil, pois cada uma tem variações diferentes, por exemplo, enquanto a *Silva*, possui dois tamanho ópticos, um deles com oito variações de peso e complementar itálico, a *Amplitude* têm cinco variações

diferentes de largura e sete de peso, mas nenhuma variação itálica de suas fontes, já a *Din Next*, tem sete pesos, uma variação de largura para cada peso e complementares itálicas para ambos.

Nesse sentido, dentro da análise descrita, foi possível perceber que a variação de inclinação não é muito usada dentro do recorte do estudo – na **Figura 49** temos as três vezes nas quais esse recurso foi utilizado nas edições do *corpus*, sendo possível perceber que a primeira foi inclinada no computador²⁰, pois tem as características da família *Amplitude*, mas esta não têm versão itálica –, mesmo assim, a versão itálica é importante para uma publicação editorial, pois é utilizada tanto para destacar, quanto para remeter à uma palavra na língua estrangeira, como *influencer* e *hub*, ou ao título de livros, músicas e etc, como *Jogando Sujo*.

Figura 49 – Recortes dos componentes que usam itálico, edições de 13/01/2018, 18/02/2018 e 18/09/2018, respectivamente.



Fonte – Jornal *O Povo*.

Sobre as variações de largura, o projeto antigo era composto majoritariamente com versões condensadas da fonte *Amplitude*, conforme mostra a **Figura 50**. Podemos relacionar esse aspecto ao maior número de chamadas que as capas antes do *redesign* continham, de modo que havia uma necessidade de economizar espaço, assim, uma fonte condensada respondia melhor às exigências da publicação. Já no atual projeto, existe uma utilização maior de espaços em branco e o número de chamadas diminuiu praticamente pela metade em comparação ao projeto antigo, de modo que o uso de fontes com larguras regulares pode estar alinhado à esses fatores a à um aspecto mais *clean* da página.

²⁰ Algo considerado um crime tipográfico por diversos autores, como Lupton (2013).

Figura 50 – Elementos destacados em azul utilizam fontes com largura condensada, edição de 11/01/2018.



Fonte – Elaborado pela autora.

6.2.1.3 Combinação de fontes

Uma das primeiras percepções da análise comparativa entre os dois projetos é que, anteriormente ao processo de *redesign* do jornal *O Povo*, só eram utilizadas fontes sem serifa nos layouts das capas (com exceção da edição de domingo 14/01/2018), configurando, assim, uma mudança perceptível entre os dois projetos. Conforme podemos observar na **Figura 51**, no atual projeto, apesar da família serifada ser utilizada apenas uma vez no principal componente da capa (edição de 18/01/2018), temos na capa de 18/01/2019, tirando manchete, antetítulos, remissões, créditos e legendas, todos os outros elementos em fonte serifada, algo bem diferente do projeto anterior, no qual apenas o logotipo continha serifa.

Figura 51 – Capas do jornal *O Povo* das edições de 11/01/2018, 18/01/2018 e 18/01/2019, respectivamente.



Fonte – Jornal *O Povo*.

Essa mudança fica ainda mais clara, ao compararmos elementos visualmente semelhantes dos dois projetos (Figura 52), que possuem como diferença crucial a adoção de uma combinação de fontes com e sem serifa, algo utilizado apenas nas páginas internas no projeto anterior, de modo que as fontes serifadas eram atreladas a componentes de leitura extensiva, como o corpo do texto.

Figura 52 – Partes das capas do jornal *O Povo* das edições de 11/01/2018 e 18/01/2019.



Fonte – Elaborado pela autora.

Além disso, é interessante notar que apenas na edição de domingo (**Figura 53**), do projeto anterior, a fonte serifada é utilizada para compor elementos da capa, não estando estritamente vinculada ao corpo do texto das páginas internas. Podemos fazer um paralelo disso com o que foi pontuado no capítulo 4, sobre a diferenciação do layout das edições dominicais do restante da semana desde 2014 e que o atual projeto “tem muito do DOM”, (O POVO, 2018d, p.130) a edição de domingo antes da reformulação. Dessa forma, podemos identificar o maior uso da fonte serifada nas capas do atual projeto como um aspecto que reforça a semelhança entre o atual projeto e o layout das edições de domingo antes do *redesign*.

Figura 53 – Edição dominical antes do redesign (14/01/2018).



Fonte – Elaborado pela autora.

Além disso, sobre o uso de fontes serifadas, podemos inferir uma certa congruência com outros projetos gráficos de jornais, na **Figura 54**, por exemplo, temos as capas dos periódicos *Público* e *O Globo* – que ganharam respectivamente ouro em *publicaciones mejor diseñadas* e bronze em *rediseños* na categoria de *diarios y semanarios nacionales* no prêmio internacional *ÑH*, da *Society for News Design*, em 2018 –, nas quais é possível notar a forte presença de fontes serifadas inclusive no componente manchete, com as fontes sem serifa atreladas a componentes de menor importância, como remissão, legenda e crédito. É interessante apontar que mesmo o jornal *O Globo* utilizando o logotipo com letras sem serifa, o restante da composição tipográfica é majoritariamente de famílias serifadas.

Figura 54 – Capas das edições de 09/09/2019 dos jornais Público e O Globo, respectivamente.



Fonte – Elaborado pela autora.

Além do uso de fontes serifadas representar uma maior semelhança entre o atual projeto gráfico do jornal *O Povo* com os de jornais graficamente renomados, a combinação com/sem serifa na capa também aumenta o contraste na composição tipográfica, de modo que, cada componente usa, majoritariamente, uma tipo de desenho em específico, algo que converge aos apontamentos de Lupton (2013), Craig e Scala (2006) e Craig (1990) sobre combinação de tipos, tanto na questão de um contraste marcante entre as fontes escolhidas, quanto na definição de papéis específicos para cada uma.

6.2.1.4 Alinhamento

Tanto no projeto antigo quanto no atual, o alinhamento predominante dos elementos é alinhado à esquerda. Entretanto, isso muda quando analisamos, especificamente, o componente manchete: no projeto antigo, das quatro capas do *corpus*, três manchetes são alinhadas à esquerda, algo que não acontece nenhuma vez nas capas do *corpus* do atual projeto,

ao contrário, das treze capas, onze têm manchetes centralizadas e duas são alinhadas à direita. Como a manchete é o elemento principal da capa, o alinhamento centralizado nesse componente dá a capa um aspecto central, além disso, a manchete fica, predominantemente, logo após o logotipo, que é alinhado ao centro da página (apenas em uma capa do *corpus* esse componente não tem esse comportamento), algo que reforça ainda mais o eixo central da composição.

Apesar do alinhamento à esquerda ser majoritário em ambos projetos, no atual temos três exemplos de capas que além da manchete, possuem várias chamadas com alinhamento centralizado, a edição de 18/10/2018, por exemplo, têm todos os componentes alinhados ao centro, com exceção dos textos do fôlio e do rodapé (**Figura 55**).

Figura 55 – Capas das edições do jornal O Povo de 18/06/2018, 18/07/2018 e 18/10/2018, respectivamente.



Fonte – Elaborado pela autora.

6.2.2 Paleta de cores

No que se refere à paleta de cores, observamos que no projeto antigo é utilizado cor no logotipo do jornal, nos boxes, nos logotipos específicos de cadernos e de *Esportes*, nos antetítulos das manchetes e das chamadas e no rodapé. Em geral, as cores são utilizadas para remeter à alguma editoria ou caderno específico, conforme podemos observar na capa da edição de 11/01/2018 (**Figura 56**), que utiliza ao todo oito cores diferentes além do preto e dos tons de cinza.

Figura 56 – Cores utilizadas na capa da edição 11/01/2018.



Fonte – Elaborado pela autora

Cada cor está relacionada tanto à função de sinalizar cadernos e editorias específicas, quanto para destacar informações. A Figura 57 é um recorte das chamadas do corpus do projeto antigo, na qual podemos perceber que *Esportes* é referenciado por azul e laranja; *Cotidiano* por laranja; *Economia* por vermelho; *Política* por azul escuro; *Brasil* por azul; *Mundo* por verde-água.

Figura 57 – Chamadas das edições do projeto antigo.

<p>Esportes:</p> <p>FORTALEZA PREPARAÇÃO. TRICOLOR ENCARA O GAMA FORA DE CASA EM AMISTOSO PÁGINA 7</p>	<p>COTIDIANO Ministério Público Militar investiga desvio de munição do Exército no Ceará PÁGINA 5</p>	<p>ECONOMIA Saiba quais são as seis novas áreas a ter gestão público- privada na Capital PÁGINA 18</p>	<p>POLÍTICA Com dificuldade de crescer nas pesquisas, Alckmin é pressionado pelo PSDB PÁGINA 13</p>	<p>BRASIL Ceará concentra 73% dos casos suspeitos de chikungunya no País em 2017 PÁGINA 6</p>	<p>MUNDO Trump nega ter dito falas ofensivas contra Haiti, El Salvador e países africanos PÁGINA 6</p>
--	--	---	--	--	---

Fonte – Retiradas das edições 11/01/2018, 13/01/2018 e 17/01/2018 do jornal *O Povo*.

Observamos que tais sinalizações estão presentes também nas páginas internas do jornal (**Figura 58**), de modo que as cores interligam as chamadas e a manchete da capa ao miolo do periódico, assim, têm a função de setorizar o jornal.

Figura 58 – Páginas internas da edição de 11/01/2018 do projeto antigo.



Fonte – Jornal *O Povo*.

Nesse sentido, na edição de domingo 14/01/2018, não ocorre o uso de cor para sinalizar editoriais e cadernos, e percebemos somente o uso para destacar certos elementos, como antetítulo e chamadas, o mesmo ocorre nas páginas internas, como podemos ver na **Figura 59**.

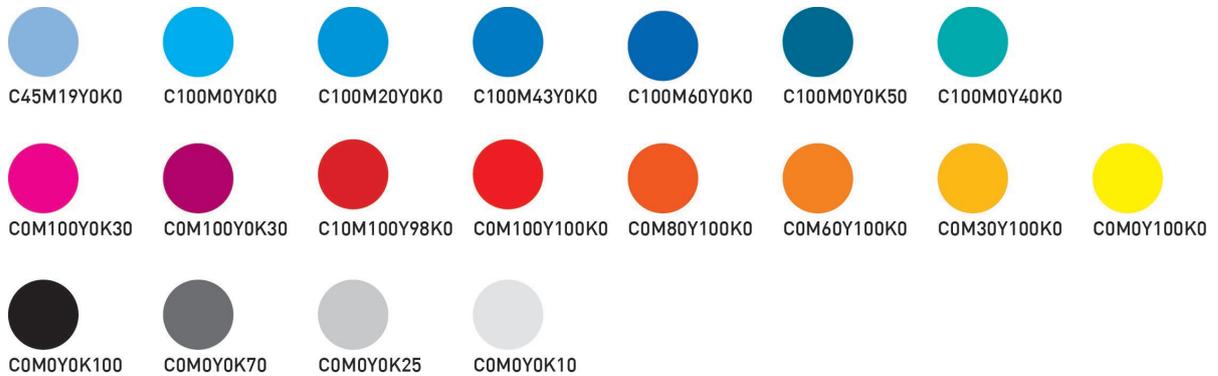
Figura 59 – Capa e páginas internas da edição de 14/01/2018 do projeto antigo.



Fonte – Jornal O Povo.

Ao total, identificamos que são utilizadas vinte e uma cores diferentes, incluindo preto e tons de cinza, nas quatro edições do *corpus* do projeto antigo, conforme mostra a **Figura 60**.

Figura 60 – Mapeamento de cores utilizadas no projeto antigo.



Fonte – Elaborado pela autora.

Após o *redesign*, observamos que as cores são utilizadas nos mesmos elementos do projeto antigo, entretanto existem duas diferenças, não há mais logotipos específicos de cadernos e de *Esportes* e as cores não sinalizam nenhuma editoria em particular. Assim, a paleta de cores diminui, o que podemos constatar através da **Figura 61**, na qual percebemos a utilização de somente 3 cores, além do preto e dos tons de cinza, na edição de 18/12/2018.

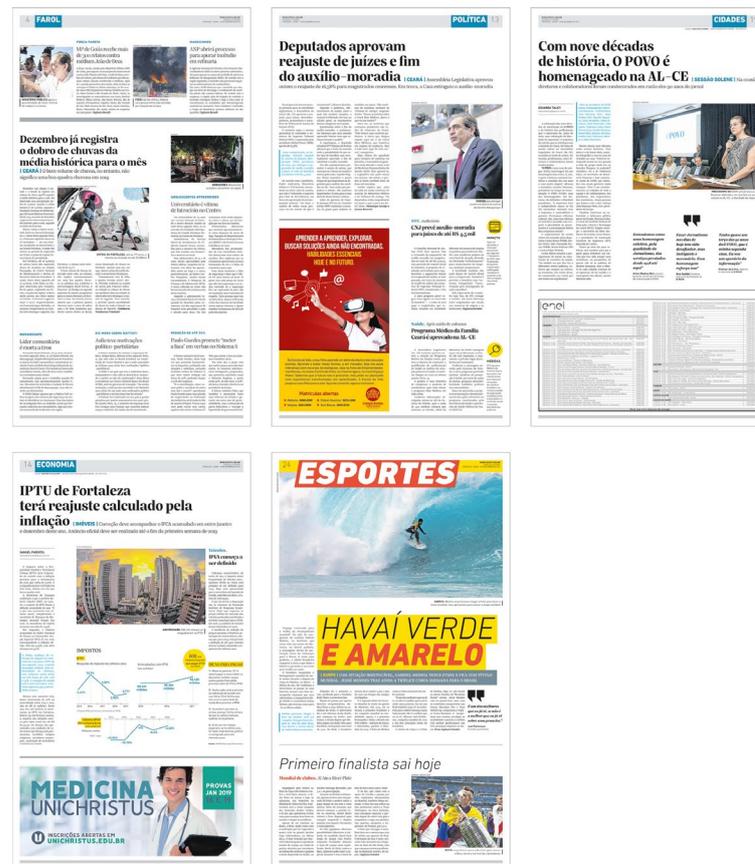
Figura 61 – Cores utilizadas na capa da edição 18/12/2018.



Fonte – Elaborado pela autora

No atual projeto, o elemento antetítulo dos componentes manchete e chamada não sinalizam, através da cor, a editoria na qual continua a matéria, nesse sentido, podemos relacionar isso à uma maior homogeneização da paleta de cores das páginas internas (Figura 62). Entretanto, é interessante notar que a editoria de *Esportes* é sinalizada internamente com as cores vermelho e amarelo e, mesmo assim, utiliza a cor azul claro no antetítulo da chamada. Assim, percebemos que a função da cor nas capas do atual projeto tem função somente de destacar informações e não, sinalizar e setorizar, como no projeto anterior.

Figura 62 – Páginas internas da edição de 18/12/2018.



Fonte – Jornal *O Povo*.

Em relação às edições de domingo após o *redesign*, a única diferença em aspectos de paleta é o logotipo, no qual o primeiro “O” fica vermelho. Por fim, nas treze capas do atual projeto identificamos, ao total, oito cores diferentes, conforme mostra a **Figura 63**.

Figura 63 – Mapeamento de cores utilizadas no atual projeto.



Fonte – Elaborado pela autora.

6.2.3 Grid

Através da pesquisa teórica, percebemos que os grids mais comuns nos jornais são os de múltiplas colunas com linhas horizontais relacionadas ao corpo e entrelinha utilizada no texto. A partir da grade editorial exposta por Caldwell e Zappaterra (2014, p. 110), tentamos encontrar o grid utilizado em ambos os projetos.

Antes do *redesign* identificamos um grid de seis colunas com linhas horizontais baseadas no tamanho do corpo e na entrelinha utilizada nas chamadas marginais da capa, conforme mostra a **Figura 64**.

Figura 64 – Grid do jornal antes da reformulação gráfica.



Fonte – Elaborado pela autora.

Já após a reformulação gráfica, não conseguimos identificar um grid comum as capas do *corpus* através do mesmo método. Não há a delimitação forte de diretrizes ortogonais,

com divisões horizontais e verticais comuns a todas as capas, de modo que os componentes variam bastante de localização, sem obedecer a uma colunagem específica, tendo como único ponto definido as margens, com as mesmas definições do projeto anterior.

6.2.4 Elementos compositivos e layout

6.2.4.1 Logotipo

A logo antiga (**Figura 65**) possui desenho semelhante a fonte²¹ *Chronicle Display Black* da *type foundry* americana *Hoefler&Co*, tendo como grande diferença da fonte original a inclinação da letra “O”. Além disso, identificamos que esta fonte não é utilizada no resto do projeto gráfico antigo, somente no logotipo. Vale ressaltar que a inclinação da letra “O” ocorre na marca do jornal desde 1997 e apareceu pela primeira vez no primeiro projeto gráfico desenvolvido pelo cubano Mario Garcia para o jornal *O Povo* (O POVO, 2008).

Figura 65 – Logotipos do jornal *O Povo* antes e após o *redesign*, respectivamente.



Fonte – Retirados das edições de 11/01/18 e 18/01/18 do jornal *O Povo*.

Após o *redesign* de 2018, o logotipo do jornal adere um desenho de letra semelhante ao da fonte *Silva Display Black*, já utilizada dentro do novo projeto, não há a inclinação do “O” e as letras estão juntas em uma só palavra, separadas apenas pela diferença do tom de azul, sendo adotados um azul mais claro (código de cor em CMYK²²: C80 M10 Y0 K0) e um mais

²¹ Conforme apontado na *Edição Especial do O POVO 80 anos* (O POVO, 2008, p. 96): “Desde o ano passado o logotipo ganha inspiração da tipografia *Chronicle Display*, matendo o ‘O’ inclinado”.

²² De acordo com a ADG (2014, p. 54), CMYK é a abreviação do inglês *Cyan, Magenta, Yellow, Black* (em português Ciano, Magenta, Amarelo e Preto) do “sistema de composição de cores subtrativas primárias usadas na impressão de policromias”.

escuro (C100 M0 Y0 K70), enquanto no projeto anterior a marca do jornal é somente na cor azul C100 M43 Y0 K0.

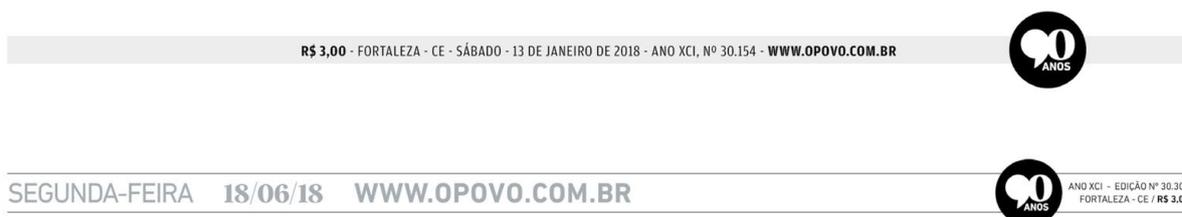
Ao comparar o desenho dos caracteres de ambos logotipos (**Figura 65**), identificamos que a marca do jornal ficou mais densa e sólida após o *redesign*, algo ocasionado tanto pela diminuição do contraste das letras, quanto pelo menor espaço interno e serifas expressivas da fonte *Silva Display Black*.

Por fim, conclui-se que as maiores mudanças do logotipo são as tipografias e as cores, algo que, no atual projeto, conferem um aspecto mais forte a esse componente. Além disso, a adoção de uma fonte já utilizada no projeto gráfico, denota que o logotipo está mais alinhado à composição tipográfica dos demais componentes.

6.2.4.2 Fólio

Nos fólhos dos dois projetos (**Figura 66**) temos as mesmas informações: preço, cidade, dia da semana, data, ano do jornal, número da edição, endereço do site e o símbolo de 90 anos. Entretanto, a disposição, a ordem e a importância de cada informação muda de um projeto para outro.

Figura 66 – Fólhos do jornal *O Povo* antes e após o *redesign*, respectivamente



Fonte – Retirados das edições de 13/01/18 e 18/06/18 do jornal *O Povo*.

No projeto antigo, temos todas as informações em uma linha, com 11 pt, em fonte com peso regular, somente com o site e o preço em bold, delimitadas à uma barra cinza e centralizadas na página, com o símbolo de 90 anos à direita. Já no atual, as informações estão entre duas linhas finas e não são mais centralizadas à página, de modo que do lado esquerdo temos o dia da semana, a data e o site com 20 pt, todos em fontes e pesos diferentes (respectivamente em *Din Next Pro Regular*, *Silva Display Black* e *Din Next Pro Bold*) e, do lado direito, o símbolo dos 90 anos e o restante das informações com 7 pt em peso regular (*Din Next Pro*), com apenas o preço em Bold.

Desse modo, é perceptível a mudança de hierarquia visual dentro do fôlio de um projeto para o outro, com o dia da semana, data e site ganhando mais destaque após o *redesign*. Ademais, é interessante notar que no projeto anterior, a barra cinza (7 mm) em conjunto com o símbolo ocupavam aproximadamente 19 mm de altura e, atualmente, com a adoção das linhas (distância de 9 mm uma da outra), houve uma diminuição do símbolo de 90 anos e o fôlio passou a ocupar 17 mm de altura.

Além dessa redução, podemos inferir que o peso visual antes atribuído a barra cinza, agora é transferido para as informações do dia da semana, data e site, assim, embora essas informações tenham dobrado de tamanho, o peso visual do componente continua semelhante ao do projeto anterior, pois é suavizado pelas linhas finas que compõe o fôlio e pela cor cinza que adotam, continuando com o conceito *clean*.

6.2.4.3 Rodapé

Da mesma forma que o projeto anterior utilizava a barra cinza para delimitar o fôlio, no rodapé ocorria o uso de boxes para agrupar diversas informações, com uso de diferentes fontes e tamanhos, além de ícones. No projeto atual, apenas uma linha fina separa o rodapé do resto da página e as informações possuem o mesmo tamanho de corpo e estão dispostas em colunas, separadas apenas por espaços em branco, sem destaque para nenhuma informação específica, conforme mostra a **Figura 67**.

Figura 67 – Fólios do jornal O Povo antes e após o *redesign*, respectivamente.



Fonte – Retirados das edições de 13/01/18 e 18/06/18 do jornal *O Povo*.

A partir disso, podemos inferir que houve uma grande simplificação desse elemento após a reformulação gráfica, não utilizando mais boxes e diversos tamanhos de fontes para chamar a atenção do leitor, como no projeto antigo, algo que tornou o elemento mais limpo e com menos destaque na página.

6.2.4.4 Manchete

A partir dos resultados da tabela de dominância (**Tabela 3**) desenvolvida no tópico *6.1.1 Resultados da análise descritiva*, iremos comparar o componente manchete antes e após o *redesign*. O primeiro ponto é a constância do componente, após a reformulação gráfica, observamos que a regularidade visual diminuiu, enquanto no projeto antigo, 75% das manchetes têm a mesma composição e as mesmas fontes (sendo os outros 25% referentes a edição de domingo, que possui projeto gráfico diferente do semanal), em apenas 23% (3 edições) do atual projeto foi identificado o mesmo padrão de composição (antetítulo, manchete, linha-fina, chamada e remissão, sem imagens), não estando enquadrado o uso das mesmas configurações tipográficas, ou seja, os mesmos elementos dessas edições não usam exatamente as mesmas fontes. Assim, não é possível identificar um padrão desse elemento por completo, restando somente a constância dos elementos que o compõem.

Em relação aos elementos, as grandes mudanças após o *redesign* são: inserção de fonte serifada no elemento chamada; dominância de alinhamento central; maior uso de caixa alta no elemento manchete; uso de tarjas coloridas no elemento antetítulo; e maior presença imagética. Na **Figura 68**, é possível perceber as mudanças entre as manchetes de ambos projetos.

Figura 68 – Componente manchete do projeto antigo e novo, respectivamente.



Fonte – Jornal *O Povo*.

Vale ressaltar que no projeto antigo a cor do antetítulo corresponde a cor da editoria da matéria que a manchete se refere, ou seja, caso for uma notícia de *Cotidiano*, o antetítulo é laranja, pois esta editoria era sinalizada por essa cor. Atualmente essa sinalização não existe e

os antetítulos aparecem dentro de tarjas coloridas, predominantemente (44%) tarjas azul claro com letras brancas. Dessa maneira, apesar de continuar com o mesmo tamanho de corpo do projeto antigo, os antetítulos da manchete ganham mais destaque no *redesign*, entretanto, não sinalizam através das cores onde a matéria continua.

Em relação às linhas de continuidade, em ambos os projetos o componente possui: o antetítulo, a manchete e a remissão em fontes sem serifa; o antetítulo e a chamada do mesmo tamanho de corpo; e predominância da cor preta nos elementos manchete, chamada e remissão.

6.2.4.5 Chamada

Primeiramente, no projeto antigo, o número médio de chamadas diárias é 8.2 (33 chamadas nas 4 edições), enquanto no atual é 4.9 (64 chamadas em 13 edições), assim, a média de chamadas caiu 40% após o *redesign*, passando de aproximadamente 8 para 5 chamadas. Através da análise descritiva, percebemos que isto interfere diretamente no aspecto visual da capa, quanto mais chamadas presentes, maior o número de fontes e de elementos. Assim, em comparativa, a redução de chamadas após o *redesign*, possibilitou uma primeira página mais limpa, com menos elementos disputando a atenção do leitor.

Nesse sentido, no projeto antigo, as chamadas sinalizadas por logos específicas de cadernos ou da editoria *Esportes* aumentavam o número de elementos tipográficos e cores presentes na página, por exemplo, a capa do dia 11/01/18 é composta ao total por 15 fontes diferentes e possui 4 logotipos específicos para as chamadas dos cadernos e de *Esportes*, acrescentando 6 desenhos tipográficos diferentes à página. Ou seja, isso significa um número ainda maior de informações visuais para o leitor, interferindo na hierarquia e equilíbrio da capa. Em comparativa, após o *redesign*, nenhum caderno ou editoria é sinalizado por logotipo específico, existe apenas uma indicação no nome do antetítulo ou na remissão da chamada, ambos compostos nas fontes já adotadas no projeto gráfico (conforme mostra a **Figura 69**).

Figura 69 – Chamadas do caderno *Vida&Arte* e da editoria *Esportes* do projeto antigo e novo, respectivamente.



Fonte – Jornal *O Povo*.

Em relação às chamadas identificadas como padrão no tópico *6.1.1 Resultados da análise descritiva*, após o *redesign* são mantidos os tamanhos dos elementos antetítulo e chamada, a intercalação de peso e a cor preta das chamadas. Sobre as linhas de ruptura, no projeto antigo, do mesmo modo que ocorria no componente manchete, a cor do antetítulo corresponde à cor da editoria a qual se refere a chamada, algo que no projeto atual não ocorre e os antetítulos passam a ter a cor azul clara (**Figura 70** exemplifica isso).

Figura 70 – Chamadas padronizadas do projeto gráfico antigo e atual do jornal *O Povo*.



Fonte – Retiradas das edições de 11/01/18 e 18/09/18 do jornal *O Povo*.

Além disso, esse tipo de chamada padrão é composta em fonte condensada, algo que possibilita mais caracteres em um espaço menor, entretanto interfere na legibilidade e no impacto do elemento na página. Outrossim, ocorre um aumento de contraste na intercalação de peso desse tipo de chamadas, já que no primeiro projeto era Bold e Medium e, atualmente, Bold e Light.

Por fim, a maior mudança entre os dois projetos é a adoção de uma fonte serifada para esta chamada. Não só nesse tipo de chamada, mas na maioria das chamadas do atual projeto adotam a tipografia Silva Display, algo que muda bastante o aspecto da capa, que anteriormente era composta apenas por fontes sem serifa.

6.3 Análise de padronização visual

Dentro da definição do *corpus*, foram coletadas mais edições após o *redesign* do que anteriores, isso ocorreu, pois, um dos objetivos do estudo é identificar se existem elementos que definem a identidade visual do jornal *O POVO* e se há uma constância gráfica nas capas do *corpus*. Assim, a partir da análise descritiva foram identificados cinco elementos que estão presentes em todas as edições: logotipo, fôlio, rodapé, manchete e certas chamadas padrões (compostas somente por antetítulo, chamada e remissão).

Em relação ao logotipo, foi identificado uma alta padronização de tamanho, cores, localização e orientação. Todavia, foi notada uma grande dinamização na relação entre o logotipo e os outros componentes da página, de modo que apenas em cinco edições o logotipo aparece sem interferência de outros elementos, como imagens e fundos. No restante das edições, dois aparecem sobre imagem, quatro acima de fundos coloridos e sobrepostos por ilustrações ou imagens recortadas, um interferindo inclusive na leitura do nome do jornal (conforme mostra a **Figura 71**), e dois com imagens recortadas sobrepostas.

Figura 71 – Exemplo de interferência na leitura do logotipo do jornal O Povo.



Fonte – Retirado da edição de 18/07/18 do jornal *O Povo*.

O fôlio também tem grande padronização de composição e localização, apenas em duas edições é apresentado de forma muito diferente do padrão, 18/09/2018 e 18/11/2018 (Figura 72) e, em janeiro de 2019, surge sem o símbolo de 90 anos, de modo que ocorre o deslocamento das informações de ano, número da edição, cidade e preço do lado direito para o esquerdo e, invés do símbolo de 90 anos, temos “91 anos” na margem esquerda, conforme mostra a Figura 72.

Figura 72 – Fólios do jornal O Povo.



Fonte – Retirados das edições de 18/09/18, 18/11/18 e 18/01/19 do jornal *O Povo*.

Em relação aos rodapés, a única mudança notada foi a inserção dos selos do Cerflor, INMETRO e PEFC no rodapé entre o mês de abril e maio²³, como mostra a Figura 73. Além disso, foi observado que não existe rodapé nas edições dominicais, apenas o código de barras e selos (somente após a inserção dos selos), elementos que não ficam propriamente na margem da capa de domingo.

Figura 73 – Rodapés do jornal O Povo.



Fonte – Jornal *O Povo*.

Já no componente manchete, existem alguns aspectos que indicam uma certa padronização, como a predominância de alinhamento central, o uso de caixa-alta, a tarja do antetítulo, mas em geral esse elemento muda bastante de edição para edição, tanto que não é possível identificar o mesmo tamanho do corpo da manchete em sequer duas edições, ou seja, nenhuma manchete tem o mesmo tamanho.

²³ Através das edições do corpus não é possível identificar o dia exato, por conta da intercalação entre os dias 18 de cada mês, entretanto no dia 18/04/18 esses selos não estavam presentes e na edição de 18/05/18 estavam.

Outro componente bastante mutável são as chamadas, grandes responsáveis pela dinamização da capa por conta dos diversos aspectos visuais desse componente, com variados tamanhos de corpo e diferentes associações de elementos, como imagens, ilustrações ou boxes. Entretanto, vale ressaltar a importância das chamadas padronizadas (aquelas compostas apenas por antetítulo, chamada e remissão) para a constância gráfica das capas no atual projeto, tanto por figurarem como maioria dentro dos componentes chamadas, quanto por ter pouca variabilidade, funcionando como certos “índices” das edições.

Por fim, podemos ressaltar o uso dos espaços em branco, a diminuição do número de cores e de fontes utilizadas, responsáveis pela maior padronização gráfica do periódico. Já em relação aos componentes, o logotipo, fôlio e rodapé têm composições mais constantes e padronizadas, impactando de forma positiva a identificação identitária do jornal, já as manchetes e chamadas, respondem às diretrizes projetuais definidas, como fontes e cores, todavia, atendem a dinamicidade das notícias diárias e à uma composição mais flexível.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos pontos mais emblemáticos do estudo foi a análise descritiva, já que seus resultados desdobraram no desenvolvimento da pesquisa e no entendimento das complexidades do jornalismo visual. Cabe ressaltar o embate das definições encontradas na pesquisa teórica frente a composição apresentada na primeira página do jornal *O Povo*, visto que as definições dos livros e dos dicionários que abordam design editorial não conseguem aplacar as individualidades dos layouts de jornais, sendo um tema muito aberto a interpretações terminológicas. Por isso, durante a análise, coube fazer algumas delimitações, como o uso dos termos *componente*, *elemento*, *chamada título* e *chamada resumo*, além da esquematização dos componentes das capas, trazendo contribuições para o estudo de design de jornais. Essa necessidade surgiu devido à grande dinamização dos layouts do atual projeto (e dos projetos de jornais em geral), composto em grande parte por diversas chamadas, que possuem inúmeros aspectos visuais, dificultando a caracterização e denominação de cada elemento.

A escolha da produção de um documento descritivo (Apêndice A) teve como objetivo entender os padrões de composição tipográfica presentes no *corpus* e contribuir para futuras pesquisas e desdobramentos que possam surgir a respeito do jornal *O Povo*, posto que o material é um mapeamento das fontes, dos tamanhos de corpo e dos alinhamentos utilizados por cada componente da primeira página, abordando dois projetos gráficos diferentes e um recorte intercalado de um ano de amostragem do periódico.

Na segunda parte do estudo, a análise comparativa, identificamos as linhas de continuidade e de ruptura entre os projetos e concluímos a existência de um percurso visual dentro do periódico, algo que interfere diretamente na formação da identidade gráfica do jornal após o *redesign* com certas semelhanças entre os projetos antigos e o atual, como o primeiro “O” do logotipo em vermelho da edição dominical, interligando ambos os projetos e mostrando a importância dos simbolismos na identidade da publicação.

Nesse sentido, um ponto importante na percepção comparativa da trajetória gráfica entre os projetos do *O Povo* é a edição de domingo, visto que, anteriormente ao *redesign*, a versão dominical era diferente da semanal — mais homogênea visualmente (com um número menor de fontes e cores na composição), não possuía logos específicas para cadernos, tinha manchete em caixa-alta e utilizava fonte serifada em alguns elementos — e, ao fim do estudo, concluímos que estas características estão presentes também após o *redesign*, configurando linhas de continuidade e uma relação mais estreita entre o atual projeto gráfico e a antiga edição dominical.

A partir da publicação *Guia de estilo e conceito 2014*, percebemos que a diferenciação da edição de domingo começou naquele ano com a criação do suplemento *DOM*, que tinha um “modelo de capa (...) de estilo revistizado” (O POVO, 2014, p. 4) com imagens impactantes. Em 2015, o suplemento virou a edição de domingo completa (batizado como *O POVO.dom*) e, na publicação de apresentação desse projeto (O POVO, 2015, p. 2), foi pontuado a congruência do novo desenho gráfico às formas de consumo da informação da época. Assim, podemos perceber o uso da edição dominical, desde 2014, como um espaço de inovação e experimentação gráfica dentro do jornal, algo ainda mais perceptível no atual projeto, com a adoção do formato *berlinense*, maior presença imagética e menor número de chamadas no domingo, alinhado às tendências mundiais de revistização e diminuição de formato, apontados no decorrer da fundamentação teórica.

Partindo dessa perspectiva, podemos indicar como possível futuro uma mudança definitiva de formato do periódico para uma publicação alinhada à edição dominical. Outro fato que nos leva a essa crença é a mudança realizada pelo concorrente direto *Diário do Nordeste*, jornal cearense de maior circulação do Estado, para o formato *berlinense* em suas publicações diárias desde outubro de 2018.

Além disso, podemos relacionar as diferenciações de projeto gráfico somente nas edições dominicais à uma possível estratégia de teste da aceitabilidade do público. Franchi (2013, p. 116) coloca que muitos leitores têm comportamento conservador em relação a reformulações gráficas de jornais e que alguns periódicos “preferem melhorar sua aparência em vez de mudá-la radicalmente”. Realizando um paralelo do apontamento de Franchi (2013) com o processo de *redesign* do *O Povo*, podemos apontar a edição dominical antiga como parte de um processo de reformulação gráfica gradativa, afinal, as diferenças encontradas entre a edição semanal e a dominical do projeto antigo são referentes às semelhanças desta última com o projeto atual. Assim, podemos sugerir que o jornal *O Povo* trilha através das edições dominicais parte de suas mudanças gráficas e editoriais.

Outro tópico abordado nessa pesquisa, são os resultados gerais da análise comparativa, dos quais podemos ressaltar as principais mudanças nas capas após o *redesign* e o resultado delas no aspecto da página:

1. a combinação de fonte serifada e sem serifa estreita a relação entre o projeto gráfico externo e interno do jornal, unificando-os, além de alinhar o projeto às composições tipográficas mais utilizadas em jornais;
2. a homogeneização das cores diminui a quantidade de sinais visuais para o leitor, deixando a página com desenho mais limpo. Todavia, no projeto antigo a cor era

- utilizada para setorizar os campos de informação, algo não identificado no atual projeto. Assim, concluímos que a maior padronização visual da paleta de cores reforça a identidade do periódico, mas não codifica visualmente as informações na capa, interferindo, sobretudo, na identificação rápida do conteúdo da matéria;
3. a diminuição do número de fontes tipográficas é reflexo da diminuição do número de chamadas, algo que uniformiza o projeto, dando um aspecto mais limpo para a página;
 4. a ausência de um grid definido aumenta a dinamicidade e reforça o eixo central e a presença de espaço em branco no layout, entretanto interfere na unidade identitária da publicação e algumas capas têm composição com aspecto vazio e certo desequilíbrio.

Em relação à diminuição do formato das edições dominicais, à ausência de colunagem de texto, ao uso de tarjas nos antetítulos e à maior presença imagética, podemos inferir um forte alinhamento dos layouts da primeira página do *O Povo* às novas plataformas e às linguagens digitais, relacionando isto a uma maior dinamização das capas, percebida inclusive em elementos como o logotipo, que aparecem constantemente com interferência de imagens e outros elementos, referindo-se à estética dinâmica e imagética das redes. Isso, atrelado a flexibilidade da disposição das informações devido à ausência de grid, torna os elementos fluídos.

Por fim, o trabalho de pesquisa e descrição é uma tentativa de documentar o processo de *redesign* do jornal *O Povo*, por meio de catalogações e de comparações das edições antiga e atual. Isso se deu devido ao entendimento da importância gráfica desse meio e sua representatividade no design editorial, a fim de corroborar com a memória gráfica cearense como material de consulta, servindo de fomento para futuras pesquisas frente às mudanças cada vez mais acentuadas nas mídias impressas.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Bruna Passos. **Entre papéis e pixels: o design das capas do jornal Zero Hora de 1990 a 2010**. 2010. Monografia (graduação em jornalismo) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Departamento de Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2012.

ADG. **ABC da ADG**: glossário de termos e verbetes utilizados em Design Gráfico.

ANJ. **A Indústria Jornalística Brasileira em 2017**. 07 jul. 2017. Disponível em: <<https://www.anj.org.br/site/servicos/menindjornalistica/114-cenarios/742-a-industria-jornalistica-brasileira-em-2017.html>> Acesso em: 08 jun. 2018.

ANUÁRIO DO CEARÁ. **Anuário Datafolha Top of Mind**. 2016. Disponível em: <<http://www.anuarioceara.com.br/comunicacao/>>. Acesso em: 08 jun. 2018.

Aos 188 anos, mais antigo jornal do país deixa de circular. Folha De S. Paulo, São Paulo, 28 abr. 2016. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/04/1765935-aos-188-anos-mais-antigo-jornal-do-pais-deixa-de-circular.shtml>> Acesso em: 15 jun. 2018.

ATLAS DA NOTÍCIA. Atlas da Notícia - **Desertos e quase desertos de notícias: uma ocorrência nacional**, nov. 2018. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/graficos/atlas_relatorio_v2.pdf> Acesso em: 13 nov. 2019.

BAHIA, Benedito Juarez. **História, jornal e técnica: as técnicas do jornalismo**, volume 2. 5ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

BONAT, Debora. Metodologia da Pesquisa. 3. ed - Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2009. 132 p.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico** (versão 4.0). 3.ed. São Paulo: Cosac Naify, 2011. 448p.

BUGGY, L. A. C. **O MECOTipo: Método de Ensino de Desenho Coletivo de Caracteres Tipográficos**. 2. ed. rev e ampl. Recife: Serifa Fina; Brasília: Estereográfica, 2018.

CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. **Design Editorial: Jornais e Revistas / Mídia Impressa e Digital**. 1. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra. 2005.

CLAIR, K.; BUSIC-SNYDER, C. **Manual da tipografia: a história, as técnicas e a arte**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. 400 p.

CRAIG, J. **Basic typography: a design manual**. New York: Watson-Guptill, 1990. 189 p.

CRAIG, J.; SCALA, I. K. **Designing with type: the essential guide to typography**. New York: Watson-Guptill, 2006.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. 5.ed. São Paulo: Blucher, 2006.

FRANCHI, Francesco. **Designing News: Changing the World of Editorial Design and Information Graphics**. Itália: Gestalten, 2013.

FRUTIGER, A. **Sinais e símbolos: desenho, projeto e significado**. São Paulo: M. Fontes, 2001, 334 p.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **Design Gráfico: do invisível ao ilegível**. São Paulo: Edições Rosari, 2008.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia: a organização da cor-informação**. São Paulo: Annablume, 2003. 210p.

HARROWER, Tim. ELMAN, Julie M. **The newspaper designer's handbook**. 7. ed. New York: McGraw-Hill, 2013.

HENESTROSA, Cristobal. MESEGUER, Laura. SCAGLIONE, José. **Como criar tipos: do esboço à tela**. Brasília: Estereográfica, 2014. 152 p.

JORNAL O Mossoroense, um novo desafio. O Mossoroense, Mossoró, 31 dez. 2015. Disponível em: <www.omossoroense.com.br/jornal-o-mossoroense-um-novo-desafio/>. Acesso em: 15 abr. 2018.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes**. 2.ed. São Paulo: Cosac Naify, 2013. 224 p.

MARCELI, Thathiana. **Design de Jornais: quase tudo que você precisa saber para projetar um jornal**. Rio de Janeiro: Edit Impress, 2006.

MORAES, Ary. **Design de notícias**. São Paulo: Blucher, 2015.

ÑH18. **Lo mejor del diseño periodístico**. 2018. Disponível em: <<http://www.premiosnh.com/wp-content/uploads/2018/11/nh2018-premios-lista.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2019.

NOBRE, Geraldo da Silva. **Introdução à História do Jornalismo Cearense**, edição fac-similar. Edições Nudoc. Departamento de História da UFC, 2006.

NIEMEYER, L. **Tipografia: uma apresentação**. 4. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2010. 105p.

NOVO “The Guardian” muda grafismo e formato. Público, Lusa, 12 set. 2005. Disponível em <<https://www.publico.pt/2005/09/12/portugal/noticia/novo-the-guardian-muda-grafismo-e-formato-1232662>>

O POVO. **Edição Especial do O POVO 80 anos**. 2008.

- _____. **Capas Históricas**. 2017. Disponível em:
<<https://digital.opovo.com.br/capashistoricas>> Acesso em: 08 jun. 2018.
- _____. **Guia de estilo e conceito 2014**. 2014. Disponível em:
<<https://digital.opovo.com.br/guiadeestiloconceito2014>> Acesso em: 08 jun. 2018.
- _____. **Manual O POVO**. 2018b. Disponível em:
<<https://digital.opovo.com.br/manualopovo>> Acesso em: 02 abr. 2018.
- _____. **O POVO 90 + 10**. 2018c. Disponível em: <<https://digital.opovo.com.br/90mais10>>
Acesso em: 02 abr. 2018.
- _____. **O POVO 90 anos**. 2018a. Disponível em:
<<https://digital.opovo.com.br/opovo90anos>> Acesso em: 02 abr. 2018.
- _____. **Livro O POVO 90 anos**. 2018d. Disponível em:
<<https://digital.opovo.com.br/livroopovo90anos>> Acesso em: 02 abr. 2018.
- _____. **O POVO.dom: Guia de navegação e conceitos**. 2015. Disponível em:
<<https://digital.opovo.com.br/guiadenavegacaoeconceitos>> Acesso em: 08 jun. 2018.
- PIVETTI, Michaella. **Planejamento e representação gráfica no jornalismo impresso: a linguagem jornalística e a experiência nacional**. Dissertação de Mestrado - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.
- RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário essencial de comunicação**. Rio de Janeiro: Lexikon, 2014.
- ROSA, Bruno. O GLOBO é o jornal que mais cresceu em 2018. **O Globo**, 25 jan. 2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/o-globo-o-jornal-que-mais-cresceu-em-2018-23400125>> Acesso em: 05 set. 2019.
- SAMARA, Timothy. **Grid: construção e desconstrução**. São Paulo: Cosac Naify, 2007. 208p.
- _____. **Guia de design editorial: manual prático para o design de publicações**. Porto Alegre: Bookman, 2011. 240p.
- SPANNENBERG, A. C.; BELAFONTE BARROS, C. **Do impresso ao digital: a história do Jornal do Brasil**. Revista Observatório, v. 2, n. 2, p. 230-250, 30 maio 2016.
- TONDREAU, Beth. **Criar grids: 100 fundamentos de layout**. São Paulo: Editora Blucher, 2009.
- UNGER, G. **Enquanto você lê**. Brasília: Estereográfica, 2016. 184 p.
- VILLAGE. **Silva Text**. Disponível em: <<https://vllg.com/blackletra/silva-text>> Acesso em: 15 jun. 2018.

VINER, Katherine. **A letter from the editor-in-chief on the new Guardian and Observer**. The Guardian, 9 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/about/2018/jan/09/a-letter-from-the-editor-in-chief-on-the-new-guardian-and-observer>> Acesso em: 15 jun. 2018.

DA CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo. **Andrés Guevara e a evolução gráfica do jornal O Povo**. Artigo apresentado no VII Congresso Nacional de História da Mídia, Unifor, Fortaleza, 2009. Disponível em: <www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Andres%20Guevara%20e%20a%20evolucao%20grafica%20do%20jornal%20O%20Povo.pdf/view>. Acesso em: 10 abr. 2018.

FREIRE, Eduardo Nunes; DA CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo. **O design e a representação dos gêneros no discurso jornalístico**. Artigo publicado na Revista da FA7, nº 7, vol. 1 / janeiro-julho de 2009. Disponível em: <https://www.uni7.edu.br/recursos/imagens/File/Revista%20FA7/revista2009_1.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2018.

DOS SANTOS, Yara Medeiros. **Design Editorial e o Especial de Grande Reportagem em O Povo**. Artigo apresentado no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2015. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/lead-producaoeditorial/wp-content/uploads/2015/08/Design-Editorial-e-o-Especial-de-Grande-Reportagem-em-O-Povo.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

MENDONÇA, Ismael Lopes. **A tipografia como manifestação cultural**. Fortaleza, 2018. Dissertação do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal do Ceará. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6800064>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

TYPENETWORK. **Amplitude**. 2019a. Disponível em: <<https://store.typenetwork.com/foundry/fontbureau/fonts/amplitude>>. Acesso em: 20 set. 2019.

TYPENETWORK. **Poynter Oldstyle**. 2019b. Disponível em: <<https://store.typenetwork.com/foundry/fontbureau/series/poynter-oldstyle?family=poynter-oldstyle-display>>. Acesso em: 20 set. 2019.

FONTS.COM. **DIN Next**. 2019. Disponível em: <<https://www.fonts.com/font/linotype/din-next/story>>. Acesso em: 20 set. 2019.

MYFONTS. **DIN Next**. 2019. Disponível em: <<https://www.fonts.com/font/linotype/din-next/story>>. Acesso em: 20 set. 2019.

APÊNDICE A – ANÁLISE DESCRITIVA

Edição 11 de janeiro de 2018 (quinta-feira) Nº 30.152

a **O POVO**

b R\$ 3,00 - FORTALEZA - CE - QUINTA-FEIRA - 11 DE JANEIRO DE 2018 - ANO XLII, Nº 30.152 - WWW.OPOVO.COM.BR

1 ALTA DE 2,27%
1 INFLAÇÃO DE FORTALEZA EM 2017 É A MENOR EM CINCO ANOS
ECONOMIA, PÁGINA 17

Esportes: **2** **ELEIÇÕES 2018** **c**

Tasso barra Bolsonaro no palanque de Capitão Wagner

LESÕES Ceará pode ter dois desfalques; Leão perde Adalberto
ESTADUAL Ferroviário estreia com empate com o Iguatu fora
PÁGINAS 8 E 9 PÁGINA 7

Senador tucano vetou a presença de Jair Bolsonaro no palanque de Wagner. Para o parlamentar cearense, a restrição dificultaria sua eleição, pois grande parte de sua militância é formada por eleitores do deputado do Rio de Janeiro Política, página 14

POP VEÍCULOS **3** **VIDA & arte** **5**

CARROS ANTIGOS LUTIGOMOBILISMO. PAQUÍO POR CARROS ANTIGOS. PROFISSIONAL COLECCIONADORES. PÁGINAS 1 A 3

buchicho casa **4**

AMBIENTES. DEZ TENDÊNCIAS DE DECORAÇÃO PARA RENOVAR A CASA. PÁGINAS 1 A 4

6 **COTIDIANO** Ciclo de Carnaval começa amanhã com o Luxo da Aldeia na Praça do Ferreira
Novo clipe LORENA NUNES, CANTORA. UMA EQUIPE DE DIFERENTES LINGUAGENS PARA FILMAR. CLÍPE PÁGINAS 1 E 3 PÁGINA 2

7 **COTIDIANO** Para ampliar leitos do SUS, Santa Casa encerrará pronto atendimento PÁGINA 4

8 **COTIDIANO** Ministério Público Militar investiga desvio de munição do Exército no Ceará PÁGINA 5

9 **ECONOMIA** Saiba quais são seis novas áreas a ter gestão público-privada na Capital PÁGINA 18

10 **POLÍTICA** Com dificuldade de crescer nas pesquisas, Alckmin é pressionado pelo PSDB PÁGINA 13

1 CENTRAL DE VENDAS E ATENDIMENTO (85) 3254 1010 assine.opovo.com.br

2 OMBUDSMAN (85) 3255 6167

3 WHATSAPP. REDAÇÃO O POVO

4 NOS ARCONDOS E ENVIE SUGESTÕES DE PAUTAS E FLAGRAS ATRAVÉS DE FOTOS, VÍDEOS E ÁUDIOS: (85) 98115 9399

d

[a] **Logotipo:** localizado no alto da página, acima do fólio. Cor azul, desenho de letra semelhante à Chronicle Display Black, centralizado à página.

[b] Fólio: composto por uma barra cinza e selo “90 anos” na cor preta, localizado na ponta direita da barra. Informações textuais em AmplitudeCond Bold e Regular, 11 pt, CA, alinhamento centralizado.

[c] Manchete: localizada na direita da parte superior - Antetítulo (cor azul, em Amplitude Ultra, 40 pt, CA); Manchete (cor preta, em AmplitudeCond Ultra, 94 pt, CAB); Chamada (cor preta, em AmplitudeCond Light, 20 pt - duas primeiras palavras em AmplitudeCond Black - CAB); e Remissão (cor preta, em AmplitudeCond Black, 20 pt, CAB). Todos com alinhamento à esquerda.

[d] Rodapé: localizado à margem da parte inferior é composto por seis elementos diferentes: (d1) box azul com informações em cor branca, em AmplitudeCond Regular, 14/22 pt, CA e AmplitudeComp Bold, 14 pt, CAB, ambas com alinhamento à esquerda, presença de ícones; (d2) box cinza com informações na cor preta, em Amplitude Cond Medium, 11 pt, CA, AmplitudeComp Light, 12 pt, nº, AmplitudeComp Regular, 27 pt, nº, e AmplitudeCond Regular, 7 pt, CB, todas com alinhamento à esquerda, presença de ícone; (d3) box cinza com informações na cor preta, em Amplitude Cond Medium, 18/10 pt, CA, e Amplitude Cond Bold, 10 pt, nº, ambas com alinhamento à esquerda, presença de ícone; (d4) código de barras; (d5) na cor preta em Amplitude Bold e AmplitudeCond Light, 10 pt, CA; (d6) na cor preta, em AmplitudeCond Ultra, 7 pt, CA.

[1] (Chamada para a editoria Economia) localizado no centro do alto da parte superior da página, dentro de box vermelho, textos na cor branca - Antetítulo (Amplitude Black, 20 pt, CA); Chamada (AmplitudeComp Medium, 45 pt, CA); Remissão (Amplitude Black 11 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[2] (Chamada para a editoria Esportes) localizada na esquerda da parte superior - Logo específica da editoria; Crédito da imagem (cor preta, em Amplitude Light, 8 pt, CA); Imagem; Legenda da imagem (cor preta, em AmplitudeCond Light, 11 pt, CAB); 2 Antetítulos (cor azul, em Amplitude Black, 40 pt, CA); 2 Chamadas (ambas na cor preta e em AmplitudeCond, a primeira em Bold e segunda em Book, 23 pt, CAB); 2 Remissões (ambas na cor preta, em Amplitude Black 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (Chamada para o caderno PopVeículos) localizada no alto esquerdo da parte inferior - Logo específica do caderno; Chamada título (cor preta, em AmplitudeComp Medium, 42 pt, CA); Antetítulo (cor laranja, em Amplitude Black, 11pt, CA); Chamada resumo (cor preta, em Amplitude Light, 11 pt, CA); Remissão (cor preta, em Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[4] (Chamada para o caderno Buchicho Casa) localizada na esquerda da parte inferior - Logo específica do caderno; Antetítulo (cor rosa, em Amplitude Black, 11pt, CA); Chamada resumo (cor preta, Amplitude Light, 11 pt, CA); Remissão (cor preta, em Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[5] (Chamada para o caderno Vida&Arte) localizada na esquerda da parte inferior - Logo específica do caderno; Crédito da imagem (na vertical, cor preta, em Amplitude Light, 8 pt, CA); Imagem; Legenda da imagem (cor preta, em AmplitudeCond Light, 11 pt, CAB); Chamada título (cor preta, em AmplitudeComp Medium, 42 pt, CAB); Antetítulo (cor vermelha, Amplitude Black, 11pt, CA); Chamada resumo (cor preta, Amplitude Light, 11 pt, CA); Remissão (cor preta, Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[6] (Chamada para a editoria Cotidiano) localizada na esquerda da parte inferior - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor laranja, Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, AmplitudeComp Medium, 21 pt, CAB); Remissão (cor preta, Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[7] (Chamada para a editoria Cotidiano) localizada no centro da parte inferior - Crédito da imagem (cor preta, em Amplitude Light, 8 pt, CA); Imagem; Legenda da imagem (cor preta, em AmplitudeCond Light, 11 pt, CAB); Antetítulo que designa o nome da editoria (cor laranja, Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, AmplitudeComp Bold, 21 pt, CAB); Remissão (cor preta, Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda, menos crédito da imagem, alinhado à direita.

[8] (Chamada para a editoria Cotidiano) localizada na direita da parte inferior - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor laranja, Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, AmplitudeComp Medium, 21 pt, CAB); Remissão (cor preta, Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[9] (Chamada para a editoria Economia) localizada na direita da parte inferior - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor vermelha, Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, AmplitudeComp Bold, 21 pt, CAB); Remissão (cor preta, Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[10] (Chamada para a editoria Política) localizada na direita da parte inferior - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, AmplitudeComp Medium, 21 pt, CAB); Remissão (cor preta, Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

Ao todo são utilizadas 15 fontes nessa capa: Amplitude (Ultra, Black, Bold, Light) AmplitudeComp (Bold, Medium, Regular e Light) e AmplitudeCond (Ultra, Black, Bold, Medium, Regular, Book, Light). Além dessas, temos as fontes do logotipo do jornal, das logos específicas dos cadernos PopVeículos, Buchicho Casa, Vida&Arte e da editoria Esportes.

Edição 13 de janeiro de 2018 (sábado) Nº 30.154

a **O POVO**

b R\$ 3,00 - FORTALEZA - CE - SÁBADO - 13 DE JANEIRO DE 2018 - ANO XLII Nº 30.154 - WWW.OPOVO.COM.BR

1 **buchicho BELEZA**
Influencer
Nah Cardoso e outros três destaques das redes sociais
PÁGINAS 1 E 7

2 **pre-carnaval**
COTIDIANO
LUXO DA ALDEIA, MÚSICA CEARENSE MARCA ABERTURA OFICIAL DO CICLO. PÁGINA 2
FESTA HOJE: BLOCO DAS TRANSESTIAS E ATRAÇÃO NA PRAIA DE TRACEMA. VIDABARTE, PÁGINA 7

c **5.134. RECORDE HISTÓRICO**
Ceará tem aumento de 50,7% nos homicídios em 2017
Em Fortaleza, número de assassinatos foi 96% maior que em 2016. Em dez anos, quase 35 mil pessoas foram vítimas de homicídio no Estado. Governo aponta que acirramento de disputa entre facções criminosas tem parcela importante sobre esses dados. **Cotidiano, página 3**

3 **VIDA & arte**
Woody Allen
Caso Woody Allen reacende polêmica sobre obra e artista
PÁGINA 1

4 **Falta manutenção, mas espigões seguem como palcos de lazer**
Frequentadores dos espigões ao longo da orla de Beira Mar reclamam de sujeira, vandalismo e insegurança
PÁGINA 4

5 **Esportes**
FORTALEZA
PREPARAÇÃO. TÊNIS. FENECERÁ O GAMA TÊNIS DE CASA EM AMISTOSO
PÁGINA 7
CEARÁ. EM JOGO-TREINO, ALVINEGRO APLICA GOLADA DE 10 A 0
NO JAZZIERO. PÁGINA 8

6 **Política**
Em visita a conjunto habitacional, Caetano Veloso defende candidatura de Boulos
Para o artista, é "única beleza" que nome do líder do MPT. É sugerido como possível candidato a presidente
PÁGINA 14

7 **POLÍTICA**
Governo quer usar rebaixamento de nota, para aprovar reforma da Previdência
PÁGINA 13

8 **POLÍTICA**
Após ser vetado em palanque de Wagner, Bolsonaro diz que Tasso vive de coronelismo
PÁGINA 15; OPIN. ERICO FIRMO, 14

9 **ECONOMIA**
75% dos projetos de energia do Ceará estão com as obras atrasadas
PÁGINA 16

10 **MUNDO**
Trump nega ter dito falas ofensivas contra Haiti, El Salvador e países africanos
PÁGINA 6

1 CENTRAL DE VENDAS E ATENDIMENTO (85) 3254 1010 (85) 98892 1694 callcenteratendimento@opovo.com.br assine.opovo.com.br

2 OMBUDSMAN (85) 3255 6122

3 WHATSAPP. REDAÇÃO O POVO (85) 98115 9399

d

[a] **Logotipo:** localizado no alto da página, acima do fólio. Cor azul, desenho de letra semelhante à *Chronicle Display Black*, centralizado à página.

[b] **Fólio:** composto por uma barra cinza e texto em AmplitudeCond Bold e Regular, 11 pt, CA, alinhamento centralizado; selo “90 anos” na cor preta, localizado na ponta direita da barra.

[c] Manchete: localizada no baixo centro da parte superior - Antetítulo (cor laranja e cinza, em Amplitude Ultra e Book, 40 pt, CA); Manchete (cor preta, em AmplitudeCond Ultra 75 pt, CAB); Chamada (cor preta, em AmplitudeCond Light 20 pt - duas primeiras palavras em AmplitudeCond Black - CAB); e Remissão (cor preta, em AmplitudeCond Black, 20 pt, CAB). Todos com alinhamento centralizado.

[d] Rodapé: localizado à margem da parte inferior é composto por seis elementos diferentes: (d1) box azul com informações em cor branca, em AmplitudeCond Regular, 14/22 pt, CA e AmplitudeComp Bold, 14 pt, CAB, ambas com alinhamento à esquerda, presença de ícones; (d2) box cinza com informações na cor preta, em Amplitude Cond Medium, 11 pt, CA, AmplitudeComp Light, 12 pt, nº, AmplitudeComp Regular, 27 pt, nº, e AmplitudeCond Regular, 7 pt, CB, todas com alinhamento à esquerda, presença de ícone; (d3) box cinza com informações na cor preta, em Amplitude Cond Medium, 18/10 pt, CA, e Amplitude Cond Bold, 10 pt, nº, ambas com alinhamento à esquerda, presença de ícone; (d4) código de barras; (d5) na cor preta em Amplitude Bold e AmplitudeCond Light, 10 pt, CA; (d6) na cor preta, em AmplitudeCond Ultra, 7 pt, CA.

[1] (Chamada para o caderno Buchicho Beleza) localizada na esquerda do alto da parte inferior, sobreposta a uma imagem - Logo específica do caderno; Antetítulo (cor preta, em AmplitudeComp Medium, 45 pt, CAB, inclinado); Chamada resumo (cor preta, em AmplitudeComp Regular, 23 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[2] (Chamada para a editoria Cotidiano) localizada na direita do alto da parte superior da página. Chamada título sobreposta a elementos circulares (cor rosa e preta, fonte não identificada, CB); Crédito da imagem (cor preta, em Amplitude Light, 8 pt, CA); Imagem justaposta à box azul. Dentro do box: Antetítulo que direciona para a editoria (na cor branca, em Amplitude Black, 16 pt, CA), 2 chamadas resumo com respectivas remissões (ambas na cor branca, em Amplitude Black 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (Chamada para o caderno Vida&Arte) localizada no alto esquerdo da parte inferior - Logo específica do caderno; Ilustração; Chamada título (cor preta, em AmplitudeComp Medium, 51 pt, CAB); Chamada resumo (cor preta, em AmplitudeCond Regular, 23 pt, CA); Remissão (cor preta, Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[4] (Chamada avulsa) localizada no alto centro da parte inferior - Crédito da imagem (cor preta, em Amplitude Light, 8 pt, CA); Imagem; Chamada título (cor preta, em AmplitudeCond Regular, 25 pt, CAB); Chamada resumo (cor preta, em AmplitudeCond Light, 12 pt, CAB); Remissão (cor preta, Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda, menos crédito da imagem, alinhado à direita.

[5] (Chamada para a editoria Esportes) localizada na parte esquerda da parte inferior - Logo específica da editoria; Texto não classificado, possível chamada título (cor azul, em Amplitude Black, 16 pt, CA); Antetítulo 1 (cor azul, em Amplitude Black, 40 pt, CA); Chamada resumo 1 (cor preta, em Amplitude Light, 11 pt, CA); Remissão 1 (cor preta, em Amplitude Black 11 pt, CA); Antetítulo 2 (cor azul, em Amplitude Black, 40 pt, CA); Chamada resumo 2 (cor preta, em Amplitude Light, 11 pt, CA); Remissão 2 (cor preta, em Amplitude Black 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[6] (Chamada para a editoria Política) localizada no baixo direito da parte inferior - Esquerda: Crédito da imagem (cor preta, em Amplitude Light, 8 pt, CA); Imagem; Legenda da imagem (cor preta, em AmplitudeCond Light, 11 pt, CAB). Direita: Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada título (cor preta, em AmplitudeComp Bold, 21 pt, CAB); Chamada resumo (cor preta, em AmplitudeCond Light, 15 pt, CAB); Remissão (cor preta, Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda, menos crédito da imagem, alinhado à direita.

[7] (Chamada para a editoria Política) localizada no alto direito da parte inferior - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, AmplitudeComp Bold, 21 pt, CAB); Remissão (cor preta, Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[8] (Chamada para a editoria Política) localizada na direita da parte inferior - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, AmplitudeComp Medium, 21 pt, CAB); Remissão (cor preta, Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[9] (Chamada para a editoria Economia) localizada na direita da parte inferior - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor vermelha, Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, AmplitudeComp Bold, 21 pt, CAB); Remissão (cor preta, Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[10] (Chamada para a editoria Mundo) localizada no baixo direito da parte inferior - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul água, em Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, AmplitudeComp Medium, 21 pt, CAB); Remissão (cor preta, Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[*] Anúncio

Ao todo são utilizadas 15 fontes nessa capa: Amplitude (Ultra, Black, Bold, Book, Light) AmplitudeComp (Bold, Medium, Regular e Light) e AmplitudeCond (Ultra, Black, Bold, Medium, Regular, Light). Além dessas, temos as fontes do logotipo do jornal, das logos específicas dos cadernos Buchicho Beleza, Vida&Arte, da editoria Esportes e da chamada “pré-carnaval”.

Edição 14 de janeiro de 2018 (domingo) Nº 30.155

a **O POVO**.dom **b** **DOMINGO**, FORTALEZA - 14 DE JANEIRO DE 2018 - R\$ 4,00 Nº 30.155 - WWW.OPOVO.COM.BR **10** ANOS

1 **PESQUISA AMEAÇADA**
Conte de recursos compromete produção de idêntica no Ceará, checamos a situação, página 14 e 6

CONSUMO. FUTURO **c**
A NOVA CARA DOS SHOPPINGS
ENTRETENIMENTO **CONVENIÊNCIA** **LAZER**
Shoppings de Fortaleza têm oferecido experiências inovadoras aos clientes, como, por exemplo, festivais de música, que podem incrementar as vendas em até 30%. Para especialistas, tendência é de que estabelecimentos que não busquem inovar não sobrevivam no mercado **Economia, páginas 19 e 20**

Pré-Carnaval de Fortaleza
ABRÉLIO ALVES/ESPÉCIAL PARA O POVO **2**
CIDADE DE FOLIÕES Primeiro fim de semana oficial do Ciclo Carnavalesco teve bonifés na Praia de Iracema, folia em shoppings e bloco em defesa do ex-presidente Lula **PÁGINAS 5 E 16; AGUAMARILHO**

3 **OLHARES**
NOSSOS COLUNISTAS
ALAN NETO página 2
DEMITRI TÚLIO página 10
ELIO GASPARI página 21

4 **COTIDIANO**
TENDÊNCIAS QUE DEVEM BOMBAR NO CARNAVAL PÁGINA 17

5 **BIANCA BIN**
BUCHICHO BELEZA
EM FASE DE MUDANÇAS, ATRIZ COMENTA OS DESAFIOS DO CARREIRO **PÁGINA 2**

6 **ESPORTES**
Em estreia de Rogério Ceni, Fortaleza vence o Gama por 3 a 0 em amistoso **PÁGINA 12**

7 **EMPREGOS**
Educação a distância é opção para quem precisa conciliar trabalho e estudos **PÁGINAS 1, 3, 4 E 5**

8 **POLÍTICA**
Apesar da perda de força, Lava Jato mantém fôlego em caso Lula e no RJ **PÁGINAS 6 E 7**

1 **CENTRAL DE VENDAS E ATENDIMENTO**
(85) 3254 1010
callcenteratendimento@opovo.com.br

2 **OMBUDSMAN**
3255 6122

3 **WHATSAPP. REDAÇÃO O POVO**
NOS ADICIONE E ENVIJE SUGESTÕES DE PÁGINAS E FLAGRANTES ATRAVÉS DE FOTOS, VÍDEOS E ÁUDIO. (85) 9815 9399

4 **ISSN 2177-2127**

5 **PLANO DE DEFESA DE FOLIOES** **6** **OPERAÇÃO DE FOLIOES** **7** **OPERAÇÃO DE FOLIOES** **8** **OPERAÇÃO DE FOLIOES**

[a] **Logotipo**: localizado no alto da página, centralizado. O primeiro “O” em vermelho e o restante na cor azul, além disso é incluído na logo “.dom”, ficando no total com 4 cores e dois desenhos de letra, o primeiro semelhante à Chronicle Display Black e o segundo a Amplitude.

[b] **Fólio**: localizado no alto direito da parte superior, ao lado do logotipo, com o dia da semana em destaque em AmplitudeCond Bold, 16 pt, CA, e restante das informações em AmplitudeCond Medium, 9 pt. Textos com alinhamento à esquerda.

Selo “90 anos” na cor preta, localizado ao lado das outras informações do fôlio.

[c] Manchete: localizada no alto da parte superior - Antetítulo (cor azul e cinza, em AmplitudeCond Bold, 40 pt, CA); Manchete (cor preta, em AmplitudeCond Bold, 120 pt, CA); 3 elemento não identificados, possível linha-fina (dentro de tarja azul, na cor branca, em AmplitudeCond Bold, 34 pt, CA); Chamada (cor preta, em AmplitudeCond Light, 20 pt - três primeiras palavras em AmplitudeCond Black -, CAB); e Remissão (na cor preta, em AmplitudeCond Black 20 pt, CAB). Textos com alinhamento à esquerda.

[d] Rodapé: localizado à margem da parte inferior é composto por seis elementos diferentes: (d1) box azul com informações em cor branca, em AmplitudeCond Regular 14/22 pt, CA e AmplitudeComp Bold 14 pt, CAB, ambas com alinhamento à esquerda, presença de ícones; (d2) box cinza com informações na cor preta, em Amplitude Cond Medium 11 pt, CA, AmplitudeComp Light 12 pt, nº, AmplitudeComp Regular 27 pt, nº, e AmplitudeCond Regular 7 pt, CB, todas com alinhamento à esquerda, presença de ícone; (d3) box cinza com informações na cor preta, em Amplitude Cond Medium 18/10 p, CA, e Amplitude Cond Bold 10 pt, nº, ambas com alinhamento à esquerda, presença de ícone; (d4) código de barras; (d5) na cor preta em Amplitude Bold e AmplitudeCond Light, 10 pt, CA; (d6) na cor preta, em AmplitudeCond Ultra 7 pt, CA.

[1] (Chamada para caderno Ciência&Saúde) localizada no alto esquerdo da parte superior da página com informações na cor branca, com orientação vertical e sobrepostas a uma imagem; Chamada título (em Poynter OldStyle Display Bold, 36 pt, CA); Chamada resumo (AmplitudeComp Regular, 21 pt, CAB); e Remissão (Amplitude Bold, 11 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[2] (Chamada para editoria Aguanambi) localizada no meio direito da página - Chamada título (cor azul, em Poynter OldStyle Display Bold, 30 pt, CAB); Crédito da imagem (cor preta, em Amplitude Light, 8 pt, CA); Texto sem classificação (cor preta, em AmplitudeCond Medium, 30 pt, CA); Chamada resumo (cor preta, em AmplitudeBook, 12 pt, CAB); e Remissão (na cor preta, em Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda, menos crédito da imagem, alinhado à direita.

[3] (Chamada “Olhares”) localizada na esquerda da parte inferior - Chamada título (cor preta, em AmplitudeCond Medium, 30 pt, CA); Antetítulo (cor preta, em Amplitude Bold, 12 pt, CA); 3 Informações não classificadas (cor azul, em AmplitudeCond Bold, 12 pt, CA); e 3 Remissões (cor preta, em Amplitude Medium, 9 pt, CAB). Textos com alinhamento à esquerda.

[4] (Chamada para editoria Cotidiano) localizada no meio direito da parte inferior, dentro de box amarelo e justaposta a uma imagem - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Amplitude Cond Bold, 22 pt, CA); Chamada (cor preta, em AmplitudeCond Light/Medium, 40 pt, CA); e Remissão (cor preta, em Amplitude Bold, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[5] (Chamada para caderno Buchicho Beleza) localizada no baixo esquerdo da parte inferior - Chamada título (cor preta, em Poynter OldStyle Display Bold, 30 pt, CA); Antetítulo (cor azul, em Amplitude Light, 16 pt, CA); Chamada resumo (cor preta, em Amplitude Light, 16 pt, CA); Remissão (cor preta, em Amplitude Bold, 11 pt, CA); e Imagem. Textos com alinhamento à esquerda.

[6] (Chamada para editoria Esportes) localizada no baixo centro da parte inferior - Esquerda: Imagem; Crédito da imagem (cor preta, em Amplitude Light, 8 pt, CA); e Legenda (cor preta, em Amplitude Book, 10 pt, CAB). Direita: Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em AmplitudeCond Bold, 22 pt, CA); Chamada (cor preta, em AmplitudeComp Regular, 21 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Amplitude Bold, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda, menos crédito da imagem, alinhado à direita.

[7] (Chamada para o caderno Empregos) localizada no baixo direito da parte inferior - Antetítulo que designa o nome do caderno (cor azul, em AmplitudeCond Bold, 22 pt, CA); Chamada (cor preta, em AmplitudeComp Regular, 21 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Amplitude Bold, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[8] (Chamada para editoria Política) localizada no baixo direito da parte inferior - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em AmplitudeCond Bold, 22 pt, CA); Chamada (cor cinza, em AmplitudeComp Regular, 21 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Amplitude Bold, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

Ao todo são utilizadas 15 fontes nessa capa: Poynter OldStyle Display (Bold), Amplitude (Black, Bold, Medium, Book e Light); AmplitudeComp (Bold, Regular e Light); e AmplitudeCond (Ultra, Black, Bold, Medium, Regular e Light). Além dessas, temos as fontes da logotipo do jornal.

Edição 17 de janeiro de 2018 (quarta-feira) Nº 30.158

RS 1.00 - FORTALEZA - CE - QUARTA-FEIRA - 17 DE JANEIRO DE 2018 - ANO XLV Nº 30.158 - WWW.OPOVO.COM.BR

O POVO

O futuro começa amanhã. Um novo jornalismo, novas possibilidades

JUDICIÁRIO E POLÍCIA
Facção ameaça e consegue transferência de detento

Em Senador Pompeu, grupo criminoso ameaçou juiz, promotor e delegado para conseguir a transferência de um preso da cadeia pública da cidade, onde estariam rivais de outra facção. Depois de dois atentados contra fórum da comarca, mudança foi acertada. Entidades criticam recuo do Estado. **Cotidiano, página 2**

INCIDENTE EM ESTRUTURA

RUA SANTA TEREZINHA DO MENINO JESUS E DA SAGRADA FACE



Viga de viaduto tomba em operação. Obra no bairro Domício Torres visa instalar viaduto para treze de carros. Ninguém se feriu. Nova viga será instalada. **Página 4**

Esportes
NORDESTE
 Ceará estreia vencendo o Salgueiro fora de casa: 2 a 0. **Página 7**

ECONOMIA
 46 municípios do Ceará terão plano de desenvolvimento das regiões metropolitanas. **Página 21**

FORTALEZA
 CEARENSE, CONTRA O ENCLICLINC, TRICOLOR INICIA FASE CAMPANHA NO ESTADUAL. **Página 8**

BRASIL
 Ceará concentra dos casos suspeitos de chikungunya no País em 2017. **Página 6**

POLÍTICA
 Declaração de presidente do PT agrava tensão antes de julgamento de Lula. **Página 13**

LEIA NA EDIÇÃO DE HOJE: PRIMEIRO AGENTE VEDABATE SUPRIS E POLÍCIA PREVENIUM METROPOLITANA. **Página 5**

EDIÇÃO FUNDADA A NOVO, COM 14 PÁGINAS. **Página 6**

OPOVO

[a] **Logotipo:** localizado no alto da página, acima do fólio. Cor azul, desenho de letra semelhante à *Chronicle Display Black*, centralizado à página.

[b] **Fólio:** composto por uma barra cinza; texto em AmplitudeCond Bold e Regular 11 pt, CA. alinhado ao centro; selo “90 anos” na cor preta, localizado na ponta direita da barra.

[c] **Manchete:** localizada no baixo centro da parte superior - Antetítulo (cor laranja, em Amplitude Ultra, 40 pt, CA); Manchete (cor preta, em AmplitudeCond Ultra 76 pt, CAB); Chamada (cor preta, em AmplitudeCond Light 20 pt - três primeiras palavras em AmplitudeCond Black - CAB); e Remissão (cor preta, em AmplitudeCond Black 20 pt, CAB). Textos com alinhamento à esquerda.

[d] **Rodapé:** localizado à margem da parte inferior é composto por três elementos diferentes: (d4) código de barras; (d5) na cor preta em Amplitude Bold e AmplitudeCond Light, 10 pt, CA; (d6) na cor preta, em AmplitudeCond Ultra 7 pt, CA.

[1] (Chamada avulsa) localizada no alto direito da parte inferior da página - Chamada título (cor azul, em AmplitudeCond Black, 35 pt, CA); Antetítulo (cor preta, Amplitude Black, 12 pt, CA); Crédito da imagem (cor preta, em Amplitude Light, 8 pt, CA); Imagem; Chamada resumo (cor preta, em AmplitudeCond Regular, 25 pt, CAB); Texto não classificado (cor preta, em AmplitudeCond Light, 12 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda, menos crédito da imagem, alinhado à direita.

[2] (Chamada para a editoria de esportes) localizada no baixo central da parte inferior - Logo específica da editoria; Antetítulo 1 (cor azul, em Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada 1 (cor preta, a primeira em AmplitudeCond Bold, 23 pt, CAB); e Remissão 1 (cor preta, em Amplitude Black, 11 pt, CA); Dois Antetítulo 2 (cor azul, em Amplitude Black, 16/11 pt, CA); Chamada 2 (cor preta, a primeira em AmplitudeCond Bold, 23 pt, CAB); e Remissão 2 (cor preta, em Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (Chamada para a editoria Economia) localizada na direita da parte inferior - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor vermelha, em Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em AmplitudeComp Bold, 21 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[4] (Chamada para a editoria Brasil) localizada na direita da parte inferior - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul água, em Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em AmplitudeComp Medium, 21 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[5] (Chamada para a editoria Política) localizada na direita da parte inferior - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Amplitude Black, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em AmplitudeComp Bold, 21 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Amplitude Black, 11 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[*] Anúncio.

Ao todo são utilizadas 11 fontes nessa capa: Amplitude (Ultra, Black, Bold, e Light); AmplitudeComp (Bold e Medium); e AmplitudeCond (Ultra, Black, Bold, Regular e Light). Além dessas, temos as fontes da logotipo do jornal e da logo específica da editoria esportes.

Edição 18 de janeiro de 2018 (quinta-feira) Nº 30.159



[a] **Logotipo:** localizado no alto da página, centralizado e abaixo do fôlio, com dois tons de azul, em Silva Display Black.

[b] **Fólio:** localizado no alto da página, centralizado, composto por duas linhas finas com as informações entre. Na esquerda, informações em: Din Next Pro Regular, Silva Display Black e Din Next Pro Bold, todas na cor cinza, 20 pt, CA. Depois do selo “90 anos” (na cor preta), informações na cor preta, em Din Next Pro Regular e Bold, 7 pt, CA, alinhamento à direita.

[c] **Manchete:** localizada no meio direito da parte superior, textos em cor branca e sobrepostos à imagem - Palavra “Castanhão” que poderia configurar como antetítulo caso estivesse em corpo menor que o da manchete (Silva Display Book, 71 pt, CA); Manchete (Silva Display Black, 64 pt, CAB); e Remissão (Silva Display Bold, 18 pt, CAB). Abaixo da imagem, temos uma legenda (Silva Display Book, 11 pt, CAB). Textos com alinhamento à direita.

[d] **Rodapé:** localizado à margem da parte inferior, separado por apenas uma linha fina preta no alto, e duas barras cinzas no fim. É composto por quatro informações textuais semelhantes - destaques em Din Next Pro Bold, CA (com exceção da palavra “Atendimento” que é em CAB) e restante em Din Next Pro Regular, CAB, todas na cor preta, com 8 pt, alinhamento à esquerda - e o código de barras.

[1] (Chamada para editoria Política) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página - Antetítulo dentro de tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Bold, 10 pt, CA); Chamada (cor preta, em Din Next Pro Bold, 14 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[2] (Chamada para caderno Vida&Arte) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página - Antetítulo dentro de tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Bold, 10 pt, CA); Chamada (cor preta, em Din Next Pro Bold, 14 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (Chamada para caderno especial) localizada no baixo direito da parte inferior da página - Antetítulo dentro de tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Bold, 10 pt, CA); Chamada (cor preta, em Din Next Pro Bold, 14 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[4] (Chamada avulsa) localizada no baixo direito da parte inferior da página, justaposta à direita de uma pequena imagem - Chamada título (cor preta, em Silva Display Bold, 20 pt, CA); Antetítulo (cor azul, em Din Next Pro Bold, 12 pt, CA); Chamada resumo (cor preta, Silva Text Book, 11 pt, CA); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

Ao todo são utilizadas 6 fontes nessa capa: Din Next Pro (Bold e Regular), Silva Text (Book) e Silva Display (Black, Bold e Book).

Edição 18 de fevereiro de 2018 (domingo) Nº Nº 30.188



[a] **Logotipo:** localizado no alto da página, centralizado e abaixo do fôlio, o primeiro “O” na cor vermelha e resto em azul. Semelhante a tipografia Silva Display Black.

[b] **Fólio:** localizado no alto da página, centralizado, composto por duas linhas finas com as informações entre. Na esquerda, informações em: Din Next Pro Regular, Silva Display Black e Din Next Pro Bold, todas na cor cinza, 20 pt, CA. Após o selo “90 anos” (na cor preta), informações na cor preta, em Din Next Pro Regular e Bold, 7 pt, CA, alinhamento à direita.

[c] Manchete: (C1) localizada na esquerda da parte central da página - Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); Imagem; Manchete sobreposta a imagem (cor branca, em Din Next Pro Black e Heavy, 87 e 35 pt, CA, alinhamento centralizado). Abaixo da imagem: Legenda da imagem (cor preta e com 10 pt, primeira palavra em Din Next Pro Bold, CA e restante em Din Next Pro Regular, CAB); Chamada (cor preta, em Silva Text Light, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 8 pt, CA), todas com alinhamento à esquerda. (C2) localizada na direita da parte central da página - Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); Imagem; Manchete sobreposta a imagem (cor preta, em Din Next Pro Black e Heavy, 87 e 35 pt, CA, alinhamento centralizado). Abaixo da imagem: Legenda da imagem (cor preta e com 10 pt, duas primeiras palavras em Din Next Pro Bold, CA e restante em Din Next Pro Regular, CAB); Chamada (cor preta, em Silva Text Light, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 8 pt, CA), todas com alinhamento à esquerda.

[d4] Código de barras

[1] (Chamada para editoria Pause) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página - Antetítulo dentro de tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Bold, 10 pt, CA); Chamada (cor preta, em Din Next Pro Bold, 14 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[2] (Chamada para editoria Vida&Arte) localizada no baixo central da parte inferior da página - Antetítulo dentro de tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Bold, 10 pt, CA); Chamada (cor preta, em Din Next Pro Bold, 14 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (Chamada para editoria Economia) localizada no baixo direito da parte inferior da página - Antetítulo dentro de tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Bold e Bold Italic, 10 pt, CA); Chamada (cor preta, em Din Next Pro Bold, 14 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

Ao todo são utilizadas 7 fontes nessa capa: Din Next Pro (Heavy, Black, Bold, Bold Italic e Regular), Silva Display (Black) e Silva Text (Light).

Edição 18 de março de 2018 (domingo) Nº 30.216



[a] **Logotipo:** com orientação vertical e localizado no alto da parte esquerda da página; o primeiro “O” na cor vermelha e resto em azul. Semelhante a tipografia Silva Display Black.

[b] **Fólio:** localizado no alto da página acima de todas as outras informações, centralizado, composto por duas linhas finas com as informações entre. Na esquerda, informações em: Din Next Pro Regular, Silva Display Black e Din Next Pro Bold, todas na cor cinza, 20 pt, CA. Após o selo “90 anos” (na cor preta), informações na cor preta, em Din Next Pro Regular e Bold, 7 pt, CA, alinhamento à direita.

[c] **Manchete:** localizada mais para direita da página - Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); Imagem. Sobreposta a imagem: Manchete (cor branca, em Din

Next Pro Heavy, 82 pt, CA); e Chamada (cor branca, em Din Next Pro Bold, 20 pt, CA); Abaixo da imagem: Legenda da imagem (cor preta e com 10 pt, duas primeiras palavras em Din Next Pro Bold, CA e restante em Din Next Pro Regular, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à direita.

[d4] Código de barras

[1] (Chamada avulsa) localizada na parte esquerda da página - Antetítulo (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[2] (Chamada para editoria Farol) localizada na parte esquerda da página - Antetítulo (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (Chamada avulsa) localizada na parte inferior da página, justaposta a imagem de uma pessoa - Antetítulo dentro de tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 10 pt, CA); Chamada (cor preta, em Din Next Pro Bold, 14 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[4] (Chamada avulsa) localizada na parte inferior da página, justaposta a imagem de uma pessoa - Antetítulo dentro de tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 10 pt, CA); Chamada (cor preta, em Din Next Pro Bold, 14 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[*] Anúncio.

Ao todo são utilizadas 6 fontes nessa capa: Din Next Pro (Heavy, Bold e Regular) e Silva Display (Black, Bold e Light).

Após o selo “90 anos” (na cor preta), informações na cor preta, em Din Next Pro Regular e Bold, 7 pt, CA, alinhamento à direita.

[c] Manchete: localizada no centro da parte superior da página - Imagem (fundo cinza mais elementos imagéticos). Sobreposta a imagem: Manchete (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 50 e 168 pt, CA); 3 Antetítulos em tarjas em azul claro (cor branca, em Din Next Pro Heavy, 40 pt, CA); 3 Chamadas (cor preta, em Silva Display Light, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 14 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[d] Rodapé: localizado à margem da parte inferior, separado por apenas uma linha fina preta no alto, e duas barras cinzas no fim. É composto por quatro informações textuais semelhantes - destaques em Din Next Pro Bold, CA (com exceção da palavra “Atendimento” que é em CAB) e restante em Din Next Pro Regular, CAB, todas na cor preta, com 8 pt, alinhamento à esquerda - e o código de barras.

[1] (chamada para a editoria Política) localizada no alto central da parte inferior da página - Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); Imagem. Sobreposta a imagem: Antetítulo que designa o nome da editoria (cor branca, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor branca, em Silva Display Bold, 40 pt, CAB); e Remissão (cor branca, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[2] (Chamada para editoria Cidades) localizada na esquerda da parte inferior da página - Antetítulo dentro de tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Bold, 10 pt, CA); Chamada (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 14 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (Chamada para editoria ETC) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página, dentro de bom amarelo, sobreposto e justaposto por uma imagem - Chamada título (cor preta, em Din Next Pro Bold, 80 pt, CA); Antetítulo (cor azul claro, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada resumo (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[4] (Chamada para editoria Economia) localizada na direita da parte inferior da página - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA);

Chamada título (cor preta, em Silva Display Bold, 30 pt, CAB); Chamada resumo (cor preta, em Silva Text Light, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[5] (Chamada para editoria Cidades) localizada no baixo direito da parte inferior da página - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[6] (Chamada para editoria Esportes) localizada no baixo direito da parte inferior da página - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[*] Anúncio.

Ao todo são utilizadas 7 fontes nessa capa: Din Next Pro (Heavy, Bold e Regular), Silva Display (Black, Bold e Light) e Silva Text (Light).

Edição 18 de maio de 2018 (sexta-feira) - Nº 30.277

SEXTA-FEIRA 18/05/18 WWW.OPOVO.COM.BR

OPOVO

1 Alice Caymmi
FESTIVAL VIDAARTE
CANTORA TRAZ
NOVO SHOW PARA O
FESTIVAL V&A
VIDAARTE, PÁGINA 3

2 COMES&BEBES
A partir de hoje,
19 restaurantes
participam da
12ª Restaurant
Week
PÁGINA 5

3 FAROL
ALUNOS LANÇAM
PROJETOS NA
JORNADA
CEARENSE DE
FOGUETES
PÁGINA 6

4 REPORTAGE
Dia da Luta
Antimanicomial
alerta para perda
de conquistas
PÁGINAS 8 E 7

5 POLÍTICA
Em Fortaleza,
Flávio Rocha
diz que Ciro
faz "socialismo
bolivariano" PÁGINAS 8 E 7

6 CIDADES
STF solta
12 traficantes
internacionais
com atuação no CE
PÁGINA 20

7 ECONOMIA
522 mil
pessoas estão
sem trabalho
no Ceará
PÁGINA 13

8 COPA DA
RÚSSIA
FALTAM 27 DIAS

CENTRAL DE VENDAS E ATENDIMENTO: (85) 3254-1010
WHATSAPP: (85) 98972-1294
E-MAIL: callcenter@redemto@opovo.com.br
ASSINATURA: www.opovo.com.br

OMISSÃO: (85) 3255-4141 | WHATSAPP: (85) 98972-1077
E-MAIL: circulo@redemto@opovo.com.br | www.opovo.com.br

WHATSAPP DA REDAÇÃO O POVO: (85) 981-11-9399

OPVO
IMPRESSO
P&FC

EDIÇÃO DE HOJE
Edição fechada às 23h30
da noite

[a] **Logotipo**: localizado no alto da parte esquerda da página, centralizado, abaixo do fólio, sobreposto à um fundo amarelo e com uma imagem sobre. Logotipo com dois tons de azul e semelhante a tipografia Silva Display Black.

[b] **Fólio**: localizado no alto da página acima de todas as outras informações, centralizado, composto por duas linhas finas com as informações entre. Na esquerda, informações em: Din Next Pro Regular, Silva Display Black e Din Next Pro Bold, todas na cor cinza, 20 pt, CA.

Após o selo “90 anos” (na cor preta), informações na cor preta, em Din Next Pro Regular e Bold, 7 pt, CA, alinhamento à direita.

[c] Manchete: localizada no centro da parte superior da página - Antetítulo em tarja cinza (cor branca, em Din Next Pro Heavy, 40 pt, CA); Manchete (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 84 pt, CAB); Linha-fina (cor cinza, em Din Next Pro Regular, 34 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Text Book e destaques em Bold, 20 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 10 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[d] Rodapé: localizado à margem da parte inferior, separado por apenas uma linha fina preta no alto, e duas barras cinzas no fim. É composto por três informações textuais semelhantes - destaques em Din Next Pro Bold, CA (com exceção da palavra “Atendimento” que é em CAB) e restante em Din Next Pro Regular, CAB, todas na cor preta, com 8 pt, alinhamento à esquerda -, três selos (Cerflor, INMETRO e PEFC) e o código de barras.

[1] (chamada para o caderno Vida&Arte) localizada no alto esquerdo da parte superior da página sob de fundo amarelo - Imagem; Crédito da imagem (orientação vertical, na cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); Chamada título (cor preta, em Silva Display Extra Light, 44 pt, CAB); Antetítulo dentro de tarja preta (cor branca, em Din Next Pro Heavy, 10 pt, CA); Chamada resumo (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 14 pt, CA); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[2] (chamada para o caderno Comes&Bebes) localizada no alto direito da parte superior da página sob de fundo amarelo - Esquerda: Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); e Imagem. Direita: Antetítulo que designa o nome do caderno (cor azul claro, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (chamada para a editoria Farol) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página sob box amarelo, justaposto à uma imagem - Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); Imagem; Box Amarelo: Antetítulo que designa o nome da editoria (preto, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 22 pt, CA); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 12 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[4] (Chamada para editoria Reportagem) localizada no baixo direito da parte inferior da página
- Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA);
Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[5] (Chamada para editoria Política) localizada no baixo direito da parte inferior da página
- Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA);
Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[6] (Chamada para editoria Cidades) localizada no baixo direito da parte inferior da página
- Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA);
Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 28 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[7] (Chamada para editoria Cidades) localizada no baixo direito da parte inferior da página
- Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA);
Chamada (cor preta, em Silva Display Book, 30 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[*] **Anúncio.**

Ao todo são utilizadas 10 fontes nessa capa: Din Next Pro (Heavy, Bold e Regular), Silva Display (Black, Bold, Book, Light e Extra-Light) e Silva Text (Bold e Book).

Edição 18 de junho de 2018 (segunda-feira) - Nº 30.308

SEGUNDA-FEIRA 18/06/18 WWW.OPOVO.COM.BR

OPOVO

FESTIVAL *vida&arte*
FALTAM 3 DIAS
PARA O MAIOR EVENTO CULTURAL DO BRASIL

COPA DO MUNDO

PROCURA-SE O FAVORITO

Apático no segundo tempo, Brasil fica no **empate** por 1 a 1 com a Suíça e é mais um a manter a sina de tropeços dos mais bem cotados **para o título**. Já a Alemanha foi superada pelo México **CADERNO ESPECIAL**

DECEPCIONANTE
Brasil, de Neymar, teve dificuldades de fazer o bloqueio ao gol. **PÁGINAS 2 A 5**

ARRASADOR
Centro-atacantes do México garantiram a vitória contra a Alemanha. **PÁGINAS 6 A 17**

PÁGINAS AZUIS
Miriam Debieux mostra por que a psicanálise deve chegar a todos. **PÁGINAS 4 E 5**

REPORTAGEM
Processo de abertura de empresas fica mais rápido no Ceará. **PÁGINAS 6 E 7**

CIDADES
Arquivos do Ceará serão usados em pesquisa genealógica mundial. **PÁGINA 17**

FESTIVAL V&A INFANTIL
CULTURA E DIVERSÃO PARA CRIANÇAS DE TODAS AS IDADES
VIDALANTE, PÁGINAS 4 E 5; CIÊNCIAS SAÚDE, PÁGINAS 1 A 3, 5 E 6; E POP EMPREGOS, PÁGINAS 1 A 4

ASSINANTE
Você é nosso convidado no Festival V&A. Traga seu documento e pague seus ingressos no site do jornal O POVO (Av. Aguanambi, 202), das 9 às 17 horas.

CENTRAL DE VENDAS E ATENDIMENTO: (85) 3254-1010
WHATSAPP: (85) 3692-1374
E-MAIL: callcenter@diariomemoro.com.br
ASSINATURAS: assinaturas@diariomemoro.com.br

OMIBUSMAN: (85) 3235-8181 | WHATSAPP: (85) 36873-8977
E-MAIL: circulo@diariomemoro.com.br | www.opovo.com.br

WHATSAPP DA REDAÇÃO O POVO: (85) 98115-9399

EDIÇÃO DE HOJE
Edição fechada às 23h30 da noite

[a] **Logotipo**: localizado no alto da parte esquerda da página, centralizado, abaixo do fólio. Logotipo com dois tons de azul e semelhante a tipografia Silva Display Black.

[b] **Fólio**: localizado no alto da página acima de todas as outras informações, centralizado, composto por duas linhas finas com as informações entre. Na esquerda, informações em: Din Next Pro Regular, Silva Display Black e Din Next Pro Bold, todas na cor cinza, 20 pt, CA.

Após o selo “90 anos” (na cor preta), informações na cor preta, em Din Next Pro Regular e Bold, 7 pt, CA, alinhamento à direita.

[c] Manchete: localizada no centro da parte superior da página - Antetítulo em tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 40 pt, CA); Manchete (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 103 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Text Book e destaques em Bold, 20 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 10 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado. Duas imagens com informações textuais sobrepostas, na imagem da esquerda: “decepcionante” em tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 21 pt, CA); texto não classificado (cor branca, em Silva Text Bold, 11 pt, CAB); e Remissão (cor branca, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA), textos com alinhamento à esquerda. Na imagem da direita: “arrasador” em tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 21 pt, CA); texto não classificado (cor branca, em Silva Text Bold, 11 pt, CAB); e Remissão (cor branca, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA), textos com alinhamento à direita. Crédito das imagens (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA).

[d] Rodapé: localizado à margem da parte inferior, separado por apenas uma linha fina preta no alto, e duas barras cinzas no fim. É composto por três informações textuais semelhantes - destaques em Din Next Pro Bold, CA (com exceção da palavra “Atendimento” que é em CAB) e restante em Din Next Pro Regular, CAB, todas na cor preta, com 8 pt, alinhamento à esquerda -, três selos (Cerflor, INMETRO e PEFC) e o código de barras.

[1] (Chamada para editoria Páginas Azuis) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[2] (Chamada para editoria Reportagem) localizada no baixo central da parte inferior da página - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[3] (Chamada para editoria Cidades) localizada no baixo direito da parte inferior da página - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA);

Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[4] (Chamada avulsa) localizada no baixo direito da parte inferior da página, dentro de um box com imagem e diversas cores - Esquerda: Antetítulo (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada título (cor preta, em Din Next Pro Ultra Light, 60 pt, CA); Chamada resumo (cor preta, em Din Next Pro Bold, 18 pt, CA); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA), textos com alinhamento à esquerda. Direita: dentro de box amarelo; Ícone; e Texto não classificado (cor preta, em Din Next Pro Regular, 10 pt, CAB, com destaques em Din Next Pro Heavy, CA).

[*] Anúncios.

Ao todo são utilizadas 9 fontes nessa capa: Din Next Pro (Heavy, Bold, Regular e Ultra Light), Silva Display (Black, Bold e Light) e Silva Text (Bold e Book).

Edição 18 de julho de 2018 (quarta-feira) - Nº 30.338



[a] **Logotipo:** localizado no alto da parte esquerda da página, centralizado, abaixo do fólio, sobreposto à um fundo amarelo e com parte de uma imagem sobre. Logotipo com dois tons de azul em tipografia semelhante a Silva Display Black.

[b] **Fólio:** localizado no alto da página acima de todas as outras informações, centralizado, composto por duas linhas finas com as informações entre. Na esquerda, informações em: Din Next Pro Regular, Silva Display Black e Din Next Pro Bold, todas na cor cinza, 20 pt, CA.

Após o selo “90 anos” (na cor azul claro), informações na cor preta, em Din Next Pro Regular e Bold, 7 pt, CA, alinhamento à direita.

[c] Manchete: localizada no centro da parte superior da página - Antetítulo em tarja azul (cor branca, em Din Next Pro Heavy, 40 pt, CA); Manchete (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 81 pt, CAB); Chamada (cor preta, em Silva Text Book e destaques em Bold, 20 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 10 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[d] Rodapé: localizado à margem da parte inferior, separado por apenas uma linha fina preta no alto, e duas barras cinzas no fim. É composto por três informações textuais semelhantes - destaques em Din Next Pro Bold, CA (com exceção da palavra “Atendimento” que é em CAB) e restante em Din Next Pro Regular, CAB, todas na cor preta, com 8 pt, alinhamento à esquerda -, três selos (Cerflor, INMETRO e PEFC) e o código de barras.

[1] (Chamada para editoria Mundo) localizada no alto esquerdo da parte superior da página, sobreposta a fundo amarelo e justaposta a uma imagem *cutout* - Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); Antetítulo que designa o nome da editoria (cor preta, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada título (cor preta, em Silva Display Book, CA); Chamada resumo (cor preta, em Silva Display Bold, 22 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 12 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[2] (chamada para a editoria Economia) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página sob box amarelo, justaposto à uma imagem - Esquerda: Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); e Imagem. Direita (dentro de box amarelo): Antetítulo que designa o nome da editoria (cor preta, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 22 pt, CA); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 12 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[3] (Chamada para editoria Política) localizada na direita da parte inferior da página - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada título (cor preta, em Silva Display Bold, 30 pt, CAB); Chamada resumo (cor preta, em Silva Text Light, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[4] (Chamada para editoria Esportes) localizada no baixo direito da parte inferior da página acima de uma imagem com parte *cutout* - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA); Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); Imagem; e Legenda da imagem (cor preta e com 10 pt, primeira palavra em Din Next Pro Heavy, CA e restante em Din Next Pro Regular, CAB); Textos com alinhamento à esquerda.

[5] (Chamada para o caderno Vida&Arte) localizada no baixo direito da parte inferior da página - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[6] (Chamada para a editoria Cidades) localizada no baixo direito da parte inferior da página - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

Ao todo são utilizadas 9 fontes nessa capa: Din Next Pro (Heavy, Bold e Regular), Silva Display (Black, Bold e Light) e Silva Text (Bold, Book e Light).

Edição 18 de agosto de 2018 (sábado) - Nº 30.369

SÁBADO 18/8/18 WWW.OPOVO.COM.BR

OPOVO

ESTUPROS

MAIS 6 MULHERES DENUNCIAM MOTORISTA DE APP

SUSPEITO CONFESSA SEIS ATAQUES E POLÍCIA INVESTIGA DEZ CASOS

Menos de 24 horas após **O POVO** revelar com exclusividade prisão do técnico de radiologia Patrick Gomes do Nascimento, **novas vítimas** procuraram delegacias para denunciar o falso motorista. REPORTAGEM, PÁGINAS 6 E 7; EDITORIAL E OPINIÃO, PÁGINA 18

1 **IMUNIZAÇÃO**
Ceará lidera ranking do Nordeste de vacinação contra poliomielite e sarampo. Hoje é Dia D da campanha com 184 postos de atendimento em Fortaleza. CIDADES, PÁGINA 15

2 **CENTRO**
Projeto Novo Centro prevê investimento de R\$ 660 milhões para obras de infraestrutura e requalificação do bairro. Previsão é que obras sejam concluídas em um ano. CIDADES, PÁGINA 17

3 **ESPORTES**
Atacante do Grêmio, Everton é o 11º cearense convocado para a seleção. PÁGINA 22

4 **ECONOMIA**
Em clima de incertezas, dólar chega a R\$ 4,17 nas casas de câmbio em Fortaleza. PÁGINA 11

5 **POLÍTICA**
Ceará tem os dois candidatos ao Senado mais ricos do Nordeste. PÁGINA 10

6 **OPINIÃO**
ELEIÇÕES
As jornalistas Regina Aguiar e Letícia Alves e a advogada Juliana Heitz analisam o cenário eleitoral. PÁGINA 19

CENTRAL DE VENDAS E ATENDIMENTO: (85) 3254-1010
WHATSAPP: (85) 98912-3194
E-MAIL: callcenter@redacao.opovo.com.br
ASSINATURA: (85) 3254-1010

WHATSAPP DA REDAÇÃO O POVO: (85) 98115-9399
OMEGASMAN: (85) 3255-8181 | WHATSAPP: (85) 98979-8997
E-MAIL: redacao@opovo.com.br | www.opovo.com.br

EDIÇÃO DE HOJE
Edição fechada à 0h43
58 páginas

[a] **Logotipo:** localizado no alto da parte esquerda da página, centralizado, abaixo do fólio, sobreposto por parte de uma imagem. Logotipo com dois tons de azul em tipografia semelhante a Silva Display Black.

[b] **Fólio:** localizado no alto da página acima de todas as outras informações, centralizado, composto por duas linhas finas com as informações entre. Na esquerda, informações em: Din Next Pro Regular, Silva Display Black e Din Next Pro Bold, todas na cor cinza, 20 pt, CA.

Após o selo “90 anos” (cor preta), informações na cor preta, em Din Next Pro Regular e Bold, 7 pt, CA, alinhamento à direita.

[c] Manchete: localizada no centro da parte superior da página - Imagem; Antetítulo em tarja preta sobreposta a imagem (cor branca, em Din Next Pro Heavy, 40 pt, CA); Manchete (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 78 pt, CA); Linha-fina em tarja vermelha (cor branca, em Din Next Pro Bold, 28 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Text Book e destaques em Bold, 20 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 10 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[d] Rodapé: localizado à margem da parte inferior, separado por apenas uma linha fina preta no alto, e duas barras cinzas no fim. É composto por três informações textuais semelhantes - destaques em Din Next Pro Bold, CA (com exceção da palavra “Atendimento” que é em CAB) e restante em Din Next Pro Regular, CAB, todas na cor preta, com 8 pt, alinhamento à esquerda -, três selos (Cerflor, INMETRO e PEFC) e o código de barras.

[1] (Chamada para editoria Cidades) localizada no alto esquerdo da parte inferior da página - Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); Imagem; Chamada título (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 26 pt, CA); Chamada resumo (cor preta, em Silva Text Book, 11pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 12 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[2] (Chamada para editoria Cidades) localizada no alto direito da parte inferior da página - Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); Imagem; Chamada título (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 26 pt, CA); Chamada resumo (cor preta, em Silva Text Book, 11pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 12 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (Chamada para a editoria Esportes) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[4] (Chamada para a editoria Economia) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[5] (Chamada para a editoria Política) localizada no baixo direito da parte inferior da página - Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[6] (Chamada para a editoria Opinião) localizada no baixo direito da parte inferior da página - Chamada título (cor preta, em Silva Display Bold, 20 pt, CA); Antetítulo (cor azul, em Din Next Pro Heavy, 12 pt, CA); Chamada resumo (cor preta, em Silva Text Book, 11 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[*] Anúncio.

Ao todo são utilizadas 8 fontes nessa capa: Din Next Pro (Heavy, Bold e Regular), Silva Display (Black, Bold e Light) e Silva Text (Bold e Book).

Edição 18 de setembro de 2018 (terça-feira) - Nº 30.400

CUIDEMOS DA VIDA

1 SETEMBRO AMARELO
ESPECIALISTAS APONTAM CAMINHO
INVERSO À DOR EXTREMA REPORTAGEM PÁGINA 4

TERÇA-FEIRA 18/9/18 WWW.OPOVO.COM.BR

OPOVO

LEGISLATIVO ESTADUAL

POR QUE 1 EM CADA 5
DEPUTADOS DESISTIU DA
REELEIÇÃO

Dez dos atuais 46 parlamentares no Estado não tentarão disputar um novo mandato de quatro anos na Assembleia Legislativa. Desses, quatro buscarão vaga na Câmara Federal POLÍTICA, PÁGINA 7

VIDA & ARTE 2
Hit *Jogando Sujo*, de Ludmilla, vira objeto de estudo do sociólogo Dário Caldas PÁGINA 3

ECONOMIA 3
Preços em lojas de conveniência chegam a ser três vezes superiores aos de supermercados PÁGINA 11

ESPORTES 4
Ceará volta ao Z-4 após vitória da Chapecoense sobre o Inter por 2 a 1 PÁGINA 20

CIDADES 5
261 escolas da rede municipal recebem homenagem por bom desempenho no Ideb PÁGINA 14

ETC 6
As desigualdades do Brasil como possível tema de redação do Enem PÁGINA 17

POLÍTICA 7
Em sabatina, Haddad acena aproximação com Ciro para apoio em 2º turno PÁGINA 10

CENTRAL DE VENDAS E ATENDIMENTO: (85) 3254-1010
WHATSAPP: (85) 98092-3194
E-MAIL: callcenter@diariomomento.com.br
ASSINATURA: (85) 3254-1010

WHATSAPP DA REDAÇÃO O POVO: (85) 98115-9399
OMEGASMAN: (85) 3255-8181 / WHATSAPP: (85) 98079-8097
E-MAIL: redacao@diariomomento.com.br / www.opovo.com.br

EDIÇÃO DE HOJE
Edição fechada às 23h45
Da página

[a] **Logotipo:** localizado no alto da parte esquerda da página, centralizado, abaixo de uma chamada e do fôlio, sobreposto por parte de uma ilustração e sobreposto ao fundo da ilustração. Logotipo com dois tons de azul em tipografia semelhante a Silva Display Black.

[b] **Fólio:** localizado no alto da página acima de todas as outras informações, centralizado, composto por duas linhas finas com as informações entre. Na esquerda, informações em: Din Next Pro Regular, Silva Display Black e Din Next Pro Bold, todas na cor preta, 20 pt, CA. Após

o selo “90 anos” (cor azul claro), informações na cor preta, em Din Next Pro Regular e Bold, 7 pt, CA, alinhamento à direita.

[c] Manchete: localizada no centro da parte superior da página - Antetítulo em tarja azul claro (cor branca, em Din Next Pro Heavy, 40 pt, CA); Manchete (cor preta, em Din Next Pro Regular e Heavy, 63/142 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Text Book e destaques em Bold, 20 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 10 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[d] Rodapé: localizado à margem da parte inferior, separado por apenas uma linha fina preta no alto, e duas barras cinzas no fim. É composto por três informações textuais semelhantes - destaques em Din Next Pro Bold, CA (com exceção da palavra “Atendimento” que é em CAB) e restante em Din Next Pro Regular, CAB, todas na cor preta, com 8 pt, alinhamento à esquerda -, três selos (Cerflor, INMETRO e PEFC) e o código de barras.

[1] (Chamada para editoria Reportagem) localizada no alto central da parte superior da página, acima de todos os outros elementos, sobreposta ao fundo de uma ilustração - Antetítulo (cor preta, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada título (cor preta, em Din Next Pro Ultra Light, 64 pt, CA); Chamada resumo (cor preta, em Din Next Pro Bold, 30 pt, CA); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[2] (Chamada para caderno Vida&Arte) localizada no alto esquerdo da parte inferior da página - Antetítulo que designa o nome do caderno (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold e Bold Italic, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA); e Imagem *cutout*; Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (chamada para a editoria Economia) localizada no baixo direito da parte inferior da página sob box amarelo, justaposto à uma imagem - Esquerda (dentro de box amarelo): Antetítulo que designa o nome da editoria (cor preta, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 22 pt, CA); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 12 pt, CA), textos com alinhamento centralizado. Direita: Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA, alinhamento à direita); e Imagem.

[4] (Chamada para a editoria Esportes) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página
- Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA);
Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[5] (Chamada para a editoria Cidades) localizada no baixo direito da parte inferior da página
- Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA);
Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[6] (Chamada para a editoria ETC) localizada no baixo direito da parte inferior da página
- Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA);
Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[5] (Chamada para a editoria Política) localizada no baixo direito da parte inferior da página
- Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA);
Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 18 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

Ao todo são utilizadas 9 fontes nessa capa: Din Next Pro (Heavy, Bold e Regular), Silva Display (Black, Bold Italic, Bold e Light) e Silva Text (Bold e Book).

Edição 18 de outubro de 2018 (quinta-feira) - Nº 30.430

QUINTA-FEIRA 18/10/18 WWW.OPOVO.COM.BR

OPOVO

APERTEM OS CINTOS

RODOVIAS NO CEARÁ

UM EM CADA 4 KM ESTÁ EM SITUAÇÃO RUIM OU PÉSSIMA

Pesquisa analisou **5.581 km** de estradas, dos quais 951 km receberam as piores avaliações. Infraestrutura de apenas **75 km** de rodovias é considerada **ótima** no Estado

1 FAROL
PF pede novo inquérito contra Temer por suposto pagamento de propina

2 POLÍTICA
Após críticas ao PT, Cid divulga vídeo para reafirmar voto em Haddad

3 ESPORTES
Centenário do Fortaleza: a trajetória de glórias do Tricolor de Aço

CADERNO ESPECIAL - ESPORTES, PÁGINA 24; OPMÃO, 22

CENTRAL DE VENDAS E ATENDIMENTO: (85) 3254-1000
WHATSAPP: (85) 98992-3194
E-MAIL: callcenter@diariomontezuma.com.br

WHATSAPP DA REDAÇÃO O POVO: (85) 98115-9399
OUBORGSMAN: (85) 3255-8181 / WHATSAPP: (85) 96978-8097
O PÓVO: (85) 3255-8181

EDIÇÃO DE HOJE
Clique aqui para ler a edição de hoje

[a] **Logotipo**: localizado no alto da parte esquerda da página, centralizado, abaixo do fólio, sobreposto à uma imagem. Logotipo com dois tons de azul em tipografia semelhante a Silva Display Black.

[b] **Fólio**: localizado no alto da página acima de todas as outras informações, centralizado, composto por duas linhas finas com as informações entre. Na esquerda, informações em: Din Next Pro Regular, Silva Display Black e Din Next Pro Bold, todas na cor preta, 20 pt, CA. Após

o selo “90 anos” (cor preto), informações na cor preta, em Din Next Pro Regular e Bold, 7 pt, CA, alinhamento à direita.

[c] Manchete: localizada no centro da parte superior da página - sobreposta à uma imagem: Manchete (cor branca, em Din Next Pro Heavy, 135 pt, CA); e Antetítulo em tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 40 pt, CA). Abaixo da imagem: Linha-fina (cor preta, em Din Next Pro Light, 61 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Text Book e destaques em Bold, 20 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 10 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado. Crédito da imagem (orientação vertical, cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA)

[d] Rodapé: localizado à margem da parte inferior, separado por apenas uma linha fina preta no alto, e duas barras cinzas no fim. É composto por três informações textuais semelhantes - destaques em Din Next Pro Bold, CA (com exceção da palavra “Atendimento” que é em CAB) e restante em Din Next Pro Regular, CAB, todas na cor preta, com 8 pt, alinhamento à esquerda -, três selos (Cerflor, INMETRO e PEFC) e o código de barras.

[1] (Chamada para editoria Farol) localizada na esquerda da parte inferior da página - Antetítulo (cor azul claro, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[2] (Chamada para editoria Política) localizada na esquerda da parte inferior da página - Antetítulo (cor azul claro, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[3] (Chamada para editoria Esportes) localizada na direita da parte inferior da página - Esquerda: Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA, alinhamento à esquerda); e Imagem. Direita (dentro de box azul e grafismo) - Antetítulo (cor branca, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor branca, em Silva Display Bold, 22 pt, CAB); e Remissão (cor branca, em Din Next Pro Bold, 11 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

Ao todo são utilizadas 9 fontes nessa capa: Din Next Pro (Heavy, Bold e Regular e Light), Silva Display (Black, Bold e Light) e Silva Text (Bold e Book).

Edição 18 de novembro de 2018 (domingo) Nº 30.461



[a] **Logotipo:** localizado no alto da página, centralizado e abaixo das chamadas da edição e do fôlio. O primeiro “O” na cor vermelha e resto em azul. Semelhante a tipografia Silva Display Black. Há uma interação da logo com elementos referentes a imagem da manchete.

[b] **Fólio:** localizado no alto da página, abaixo das chamadas da edição, centralizado, composto por duas linhas finas com as informações entre. Informações alinhadas à esquerda da página em: “Domingo” em Din Next Pro Regular e a data em Silva Display Black, ambos na cor cinza,

20 pt, CA. O restante das informações na cor preta, em Din Next Pro Regular e Bold, 7 pt, CA. Textos com alinhamento à esquerda.

[c] Manchete: localizada no centro inferior da página, sobreposta à uma imagem - Antetítulo em tarja preta (cor branca, em Din Next Pro Heavy, 40 pt, CA); Manchete (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 78 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Text Book, 20 pt, CAB); Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 10 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[d] Código de barras localizado à margem direita da página, ao lado do logotipo. Os três selos (Cerflor, INMETRO e PEFC) estão sobrepostos a imagem, em cor preta, localizados na margem direita inferior da página.

[1] (Chamada para editoria Política) localizada no alto esquerdo da página - Antetítulo (cor azul claro, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[2] (Chamada para editoria ETC) localizada no alto esquerdo da página - Antetítulo (cor azul claro, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (Chamada para editoria Pause) localizada no alto esquerdo da página justaposta a imagem - Esquerda: Chamada título (cor preta, em Din Next Pro Ultra Light, 63 pt, CA); Chamada resumo (cor preta, em Din Next Pro Regular, 14 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA), textos com alinhamento à esquerda. Direita: Imagem *cutout*.

Ao todo são utilizadas 8 fontes nessa capa: Din Next Pro (Heavy, Bold e Regular e Ultra Light), Silva Display (Black, Bold e Light) e Silva Text (Book).

Edição 18 de dezembro de 2018 (terça-feira) - Nº 30.491



[a] **Logotipo:** localizado no alto da parte esquerda da página, centralizado, abaixo do fólio, sobreposto à uma imagem. Logotipo com dois tons de azul em tipografia semelhante a Silva Display Black.

[b] **Fólio:** localizado no alto da página acima de todas as outras informações, centralizado, composto por duas linhas finas com as informações entre. Na esquerda, informações em: Din Next Pro Regular, Silva Display Black e Din Next Pro Bold, todas na cor preta, 20 pt, CA. Após

o selo “90 anos” (cor azul claro), informações na cor preta, em Din Next Pro Regular e Bold, 7 pt, CA, alinhamento à direita.

[c] Manchete: localizada no centro inferior da parte superior da página - Antetítulo em tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 40 pt, CA); Manchete (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 80 pt, CAB); Linha-fina (cor preta, em Din Next Pro Light, 35 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Text Book e destaques em Bold, 20 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 10 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[d] Rodapé: localizado à margem da parte inferior, separado por apenas uma linha fina preta no alto, e duas barras cinzas no fim. É composto por três informações textuais semelhantes - destaques em Din Next Pro Bold, CA (com exceção da palavra “Atendimento” que é em CAB) e restante em Din Next Pro Regular, CAB, todas na cor preta, com 8 pt, alinhamento à esquerda -, três selos (Cerflor, INMETRO e PEFC) e o código de barras.

[1] (Chamada para editoria Esportes) localizada no alto central da parte superior da página - Crédito da imagem (orientação vertical, cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA) e Imagem. Sobreposta a imagem: Antetítulo (cor azul claro, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 24 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[2] (Chamada para editoria Política) localizada no alto esquerdo da parte inferior da página - Antetítulo (cor azul claro, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (Chamada para editoria Cidades) localizada no alto esquerdo da parte inferior da página - Antetítulo (cor azul claro, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[4] (Chamada para editoria Cidades) localizada no alto direito da parte inferior da página - Esquerda: Imagem *cutout*. Direita: Antetítulo que designa o nome da editoria (cor azul, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada título (cor preta, em Silva Display Bold, 23 pt, CAB);

Chamada resumo (cor preta, em Silva Text Light, 11 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[5] (chamada para a editoria Farol) localizada no baixo central da parte inferior da página sob box azul, justaposto à uma imagem - Esquerda: Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); e Imagem. Direita (dentro de box azul): Antetítulo que designa o nome da editoria (cor branca, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor branca, em Silva Display Bold, 22 pt, CA); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Bold, 12 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

Ao todo são utilizadas 9 fontes nessa capa: Din Next Pro (Heavy, Bold e Regular e Light), Silva Display (Black, Bold e Light) e Silva Text (Bold e Book). Além da fonte do logotipo.

alinhamento à direita. Restante das Informações em: Din Next Pro Regular (dia da semana, 91 anos), Silva Display Black (data) e Din Next Pro Bold (site), todas na cor cinza, 20 pt, CA.

[c] Manchete: localizada no centro inferior da parte superior da página - Antetítulo em tarja amarela (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 40 pt, CA); Manchete (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 84 pt, CA); Linha-fina (cor azul clara, em Din Next Pro Light, 27 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Text Book e destaques em Bold, 20 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 10 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[d] Rodapé: localizado à margem da parte inferior, separado por apenas uma linha fina preta no alto, e duas barras cinzas no fim. É composto por três informações textuais semelhantes - destaques em Din Next Pro Bold, CA (com exceção da palavra “Atendimento” que é em CAB) e restante em Din Next Pro Regular, CAB, todas na cor preta, com 8 pt, alinhamento à esquerda -, três selos (Cerflor, INMETRO e PEFC) e o código de barras.

[1] (Chamada para a editoria Economia) localizado no centro do alto da parte superior da página, dentro de box azul claro, textos na cor branca - Antetítulo (Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (Silva Display Bold, 39 pt, CAB); Remissão (Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento centralizado.

[2] (Chamada para editoria Esportes) localizada no alto esquerdo da parte inferior da página - Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); Imagem; Legenda da imagem justaposta à um traço (cor preta, 10 pt, primeira palavra em Din Next Pro Bold, CA e restante em Din Next Pro Regular, CAB); Antetítulo (cor azul claro, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor azul claro e azul, em Silva Display Bold, 30 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[3] (Chamada para caderno Comes&Bebes) localizada no alto direito da parte inferior da página - Crédito da imagem (cor preta, em Din Next Pro Regular, 8 pt, CA); e Imagem. Sobreposta à imagem informações em cor branca: Antetítulo que designa o caderno (Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada título (Silva Display Extra Light, 59 pt, CAB); Chamada resumo (Silva Display Bold, 189 pt, CAB); e Remissão (Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[4] (Chamada para editoria Opinião) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página - Antetítulo (cor azul claro, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[5] (Chamada para editoria Política) localizada no baixo esquerdo da parte inferior da página - Antetítulo (cor azul claro, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Light, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

[6] (Chamada para editoria Economia) localizada no baixo direito da parte inferior da página - Antetítulo (cor azul claro, em Din Next Pro Bold, 16 pt, CA); Chamada (cor preta, em Silva Display Bold, 18 pt, CAB); e Remissão (cor preta, em Din Next Pro Heavy, 8 pt, CA). Textos com alinhamento à esquerda.

Ao todo são utilizadas 9 fontes nessa capa: Din Next Pro (Heavy, Bold e Regular), Silva Display (Black, Bold, Light e Extra Light) e Silva Text (Bold e Book).

ANEXO A – CONTRATO DE CESSÃO DE CONTEÚDO DO JORNAL O POVO

CONTRATO DE CESSÃO DE CONTEÚDO



Contrato de cessão que firmam entre si, de um lado, ora me diante denominada como **CEDENTE**, a **Empresa Jornalística O POVO S/A**, com sede nesta cidade na Av. Aguanambi, 282, portadora do CGC 07.222.565/0001-62, e do outro lado, ora em diante denominada como **CESSIONÁRIO**, **Ana Giselle Melo Fernandes**, registrado no cadastro de pessoa física com o nº _____, RG _____; domiciliada na _____ - CEP _____ e-mail de contato: gisamelos2@design.ufc.br, tem como firmado as condições abaixo especificadas:

Cláusula Primeira: A CEDENTE irá ceder nos termos desta cessão à CESSIONÁRIA o seguinte conteúdo:

- **Edições completas do Jornal O POVO referente às seguintes datas: 11/01/18; 13/01/18; 17/01/18; 18/01/18; 18/02/18; 18/03/18; 18/04/18; 18/05/18; 18/06/18; 18/07/18; 18/08/18; 18/09/18; 18/10/18; 18/11/18; 18/12/18; e 18/01/19**
- **Capas das edições: 07/01/1928; 16/08/1944; 09/07/1956; 06/06/1961; 07/01/1969; 24/01/1989; 05/01/1997; 06/01/1997; 17/01/2000; 20/05/2007; 30/11/2010; 12/01/2014; 13/01/2014; 31/05/2015; e 01/06/2015**

Quantidade: 16 edições integrais e 15 capas

*****MATERIAL CEDIDO EM GRATUIDADE*****

ESTE MATERIAL CEDIDO NÃO PODE SER UTILIZADO SEM PRÉVIA AUTORIZAÇÃO DO OPOVO DETENTORA DO DIREITO AUTORAL DO TEXTO.

Parágrafo primeiro: O conteúdo cedido pertencente ao acervo do **JORNAL O POVO**, este denominado **OPOVO.Doc**, jornal de propriedade da CEDENTE, sendo tal conteúdo cedido, atendido o disposto neste instrumento, exclusivamente **para ser utilizado como arquivo pessoal de referência e ilustração para pesquisa acadêmica contemplando a impressão da mesma. Sem fins lucrativos ou de retorno financeiro denominada: (Título da Obra, Autores, Data de Veiculação).**

Parágrafo segundo: Fica PROIBIDA A REPRODUÇÃO DO CONTEÚDO CEDIDO EM QUALQUER MEIO IMPRESSO, DIGITAL OU INTERNET/REDES SOCIAIS PARA FINS DE DESTINAÇÃO DIVERSA DA AUTORIZADA, SEM PRÉVIA AUTORIZAÇÃO DA CEDENTE;

Cláusula segunda: A CESSIONÁRIA se obriga quando da utilização do conteúdo cedido dar o crédito ao autor e ao jornal O POVO, na seguinte configuração – nome do autor/Jornal O POVO.

Cláusula terceira: Caso o conteúdo cedido seja utilizado para fins comerciais, que exista cobrança de valores ou de retorno financeiro com o resultado do uso de tal conteúdo, para fins de propaganda institucional ou comercial, com veiculação ou publicação em impressos, redes sociais, sites e audiovisual, a CESSIONÁRIA deverá solicitar autorização prévia e expressa da CEDENTE, caso não tenha sido autorizado através deste documento;

Cláusula quarta: Caso o conteúdo cedido seja utilizado para fins comerciais, que exista cobrança de valores ou de retorno financeiro com o resultado do uso de tal conteúdo, para fins de propaganda institucional ou comercial, com veiculação ou publicação em impressos, redes sociais, sites e audiovisual, a CESSIONÁRIA deverá solicitar autorização prévia e expressa a quem foi retratado, filmado ou tenha sua imagem registrada no conteúdo cedido, bem como a quem é autor de texto, tenha sido entrevistado, ou seja, seja autor ou citado no conteúdo a ser utilizado.

Cláusula quinta: Em caso de descumprimento do disposto neste termo de cessão, a parte infratora deverá pagar a parte inocente indenização por danos materiais e morais por ventura sofridos, além do direito de regresso em caso de condenação por uso indevido de conteúdo protegido pela lei de direitos autorais;