

Design de notícias no curso de Jornalismo: uma experiência de ensino a partir do design da informação

*News design in Journalism undergraduate course: a
teaching experience through the information design*

Elane Abreu de Oliveira, Juliana Lotif Araújo

jornalismo, design da
informação, linguagem
gráfica, ensino

Este artigo tem o objetivo de relatar a experiência de ensino de Design de notícias para estudantes de Jornalismo, tendo o design da informação como ponto de partida para a organização visual de conteúdos jornalísticos. É realizada uma pesquisa exploratória sobre a relação entre jornalismo e design, a importância de saber fazer chegar a informação ao público através da hierarquia visual, assim como são relatados os exercícios realizados com os discentes que lidam com o desafio de pensar e propor soluções visuais para narrar fatos noticiosos. As formas de exercitar o pensamento visual e o design da informação são trabalhadas em conjunto no âmbito da informação jornalística e põem em prática recursos gráficos específicos da construção da notícia. Observa-se que o ensino de Design de notícias é desafiador num curso que ainda compreende a informação verbal separada de sua apresentação visual.

*journalism, information
design, graphic language,
teaching*

This article aims to report the News Design teaching experience for Journalism students in which information design is starting point for the visual organization of journalistic content. It is carried out an exploratory research on the relationship between journalism and design, and the importance of knowing how to do information reach the public through visual hierarchy, as well as we also report exercises done with the students who deal with challenge of thinking and proposing visual solutions to narrate news. The ways of exercising visual thinking and information design are worked together in the scope of journalistic information and put in practice specific graphic resources of the news construction. It should be noted that the News design teaching encompasses challenges in an undergraduate course that still understands verbal information separate from its visual presentation.

1 Introdução

A proposta do presente artigo surgiu do trabalho desenvolvido pelas professoras da área de Comunicação visual do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri - UFCA. Trata-se de uma pesquisa exploratória junto a um relato de experiência das docentes nas disciplinas de Comunicação Visual e Design de Notícias. Assim, o objetivo deste trabalho é apresentar e discutir as formas de exercitar o pensamento visual e o design da informação trabalhados no âmbito da informação jornalística e da narração do fato jornalístico.

As novas diretrizes curriculares dos cursos de jornalismo estabelecem que os egressos do bacharelado devem ‘dominar linguagens midiáticas e formatos discursivos, utilizados nos processos de produção jornalística nos diferentes meios e modalidades tecnológicas de comunicação’ (Brasil, 2013: 4). Assim, é desejável que nos cursos a discussão e o trabalho com as variadas formas de narrativa para informação do conteúdo jornalístico propiciem ao estudante uma variedade de conhecimentos sobre as diversas formas de narrar um fato. Ainda é possível verificar em muitos cursos de jornalismo pelo país matrizes curriculares que são baseadas na informação verbal e para veiculação em mídia impressa. No curso de nossa atuação, a área de Comunicação Visual compreende quatro disciplinas, a saber: Arte e Comunicação (64h, teórica, segundo semestre), Comunicação Visual (64h, teórica, segundo semestre), Design de Notícias (64h, prática, quinto semestre) e Laboratório de Jornalismo Impresso (128h, prática, sexto semestre).

O design de informações jornalísticas já é, há alguns anos, objeto de estudo de pesquisas no campo do design da informação. Diversos trabalhos sobre o assunto já foram publicados por revistas científicas da área, como a *InfoDesign* e a *Estudos em Design*. Entretanto as abordagens geralmente são feitas com enfoque nas infografias, como representação do modo esquemático da linguagem visual, suas características e sua compreensibilidade. Também é comum encontrar em eventos de design, como CIDI (Congresso internacional de Design da Informação) e P&D (Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design), eixos temáticos que tratam de relações entre a comunicação e o design gráfico nos quais se encaixam temáticas ligadas ao design de notícias. Entende-se que o infográfico é uma forma de comunicação e informação bastante relevante e presente no cotidiano das publicações periódicas, mas também se faz necessário um trabalho de construção de narrativa para o fato jornalístico que abarque a linguagem escrita, nos variados gêneros jornalísticos, e a linguagem visual, nos seus diversos modos (verbal, pictórico e esquemático).

2 A relação entre jornalismo e design

Até o final do século XIX a diagramação dos periódicos era feita pelos impressores, na gráfica. A figura do diagramador nas redações apareceu em meados do século XX. Nesta época, os títulos, subtítulos, fotos, ilustrações e fios eram colocados nas páginas, pelo diagramador, a partir da definição de critérios editoriais definidos pelo editor-chefe. A distribuição gráfica dos elementos das páginas não obedecia a critérios de hierarquização visual estabelecidos em um projeto, não existia projeto gráfico. Somente a partir de 1950 a criação gráfica dos jornais impressos passou a ser pensada enquanto elemento informacional. Qual o lugar do editor de arte no processo de construção da notícia? Essa foi a indagação feita por Edmund C. Arnold (1913-2007), considerado o ‘pai’ do moderno design de jornais, durante toda a sua carreira nas redações dos jornais americanos (Arnold, 2000).

A partir da década de 1960 era comum os jornais e revistas contarem com projetos gráficos editoriais baseados em modulações (grids) da página para encaixe dos elementos verbais e não verbais no plano pictórico. Também era possível encontrar definições detalhadas sobre as características tipográficas de cada um dos elementos verbais compositivos da notícia (chapéu, título, *lead*, capitular, intertítulo, legenda, serviço...) bem como orientações sobre composição das páginas e sobre a imagem fotojornalística de cada publicação.

Em 1985, os computadores pessoais estavam se tornando presentes nas escolas, universidades e locais de trabalho. Neste mesmo ano a Aldus, empresa norte-americana, lançou o *software PageMaker*, um programa de *desktop publishing* que mudaria o fluxo de produção gráfica das publicações periódicas impressas. A rapidez e a precisão na diagramação, proporcionadas pelo *software*, permitiram um melhor trabalho visual das notícias pelas editorias de arte. ‘O jornalismo impresso, historicamente ligado ao reino da palavra, sofre uma crise no terreno da representação’ (Moraes, 2015). Por volta de 1995, com a *World Wide Web* já fazendo parte do dia a dia de muitas pessoas no mundo, principalmente no ambiente corporativo, foram criados os primeiros portais de notícias. Esta nova forma de adquirir informação jornalística criou também uma nova dinâmica de produção de notícias e de geração de conteúdo informacional mais voltada para a relação entre o design e o jornalismo. Atualmente, a informação jornalística está disponível ao público leitor através dos veículos impressos e/ou através dos portais de notícias, das versões *online* das edições impressas e das redes sociais dos veículos.

A partir de 1990, os processos de criação gráfica mediados pelos *softwares* de paginação se popularizaram nas redações de jornais e revistas do mundo inteiro. Ao final da década de 1990 os periódicos que antes só existiam no meio impresso começaram a criar seus portais de notícias na internet e também foram criados sites noticiosos independentes dos grupos de mídia impressa. Desde

então, a configuração visual gráfica do conteúdo jornalístico para o impresso ou para plataformas digitais sofreu mudanças significativas decorrentes das novas formas de relacionamento dos leitores com as mídias.

De acordo com Roger Chartier (1999: 14) ‘a materialidade do texto e a textualidade do objeto não podem ser separadas’. Neste sentido, o processo de leitura e aquisição de informação não podem ser separados da mídia em que se apresentam e nem se pode separar a forma de apresentação visual da informação jornalística do seu contexto verbal. Com essas novas formas de publicação de notícias e com a modernização dos parques gráficos para os veículos impressos, ocorridos também no final da década de 1990, surgiram outras possibilidades de criação gráfica para as informações jornalísticas.

Em muitos casos, no cotidiano das redações, os repórteres, jornalistas por formação, não se preocupam com a criação visual das matérias gerando apenas texto verbal para as pautas e deixando a criação gráfica por conta dos designers, denominados editores de arte e diagramadores. Esta prática, que pode ocorrer por falta de conhecimento do repórter sobre as possibilidades de composição visual gráfica para as pautas, reforça um estereótipo de que jornalistas são responsáveis pelo conteúdo enquanto designers dão forma ao texto verbal. Enquanto no âmbito do design entende-se que o ‘design gráfico não é tão somente a visualização do discurso. Ele é uma forma de discurso em si mesmo’ (Margolin, 1994: 13).

Sabe-se que, dependendo do tipo de mensagem, existe uma forma gráfica que melhor apresenta a informação potencializando seu poder de compreensão por parte do público¹. Twyman (1985) cita os modos verbal, pictórico e esquemático da linguagem visual gráfica com suas características e indicações de uso de acordo com o tipo de conteúdo a ser apresentado ao público. De maneira geral, a composição gráfica das notícias publicadas em um jornal impresso diário, em uma revista (semanal ou mensal) ou em um portal de notícias, obedece a um projeto gráfico confeccionado por um escritório especializado e que é implementado nas redações com treinamentos para os repórteres, editores de arte e diagramadores.

‘Não existe cidadania sem informação, nem informação sem design’ (Redig, 2004). ‘[...] da construção da democracia faz parte o dever jornalístico de socializar a informação de interesse público’ (Chaparro, 2012). O ponto comum destas duas afirmações, feitas por estudiosos do design e do jornalismo respectivamente, é a relação entre a informação e o público leitor. Considerar o processo de construção da informação jornalística nos veículos de comunicação e o processo de aquisição desta informação por parte dos usuários torna-se relevante no contexto de produção e difusão de mensagens jornalísticas vivenciados neste início de século XXI.

Segundo Souza *et al* (2016) ‘a forma não deve ser entendida como um desfoque do conteúdo, mas um modo de estruturar a realidade, tornando a atividade do designer um processo ativo de en-formar o

1 Neste texto são usados como sinônimos os termos público, leitor, receptor e usuário para designar o sujeito a quem se destina o sistema gráfico de informação jornalística da publicação.

mundo'. De acordo com as definições investigadas pelos autores, o design da informação pressupõe o processamento de uma matéria prima a fim de chegar ao resultado. Assim, entende-se que o design da informação tem origem no design gráfico e editorial e objetiva organizar e apresentar dados transformando-os em informações com sentido e valor (Shedroff, 2000). Para Bonsiepe (2011) o design da informação está presente em sistemas de comunicação tanto analógicos quanto digitais.

Já no caso das publicações periódicas, segundo Ary Moraes (2013), o design não tem como objetivo tornar as páginas mais atraentes plasticamente, mas tem a função de 'mediar a informação jornalística - planejando coberturas e edições, organizando as informações, desenvolvendo formas alternativas de narrar os fatos, explicando-os de forma clara...' (Moraes, 2013). Assim, o autor entende que o design de notícias tem como funções: identificar, informar e promover as informações noticiosas.

Do ponto de vista do jornalismo, a notícia é 'uma representação social da realidade cotidiana, gerada institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível' (Alsina, 2009: 14). A construção desta notícia, de acordo com Alsina (2009), é um processo que envolve três fases: a produção, a circulação e o consumo. Ainda segundo Alsina (2009), a efetividade do discurso jornalístico informativo está em saber fazer chegar a informação ao público.

O jornalismo, o design de informação e o design de notícias têm em comum dois pontos cruciais orientadores das suas propostas de discurso: a representação de realidade e o foco no público. A composição da informação jornalística, seja através do texto verbal, com suas características visuais, ou das representações pictóricas e esquemáticas, deve ser planejada e executada visando a compreensão da informação por parte dos leitores e expressando uma representação de realidade que deve ser construída para benefício do leitor, objetivando a eficiência e a eficácia na transmissão da informação sobre o fato jornalístico.

3 Composição da informação jornalística

O modelo de diagramação baseado em projetos com *layouts* pré-definidos está presente hoje no cotidiano das redações dos jornais e das revistas impressas. O ritmo de confecção das páginas dos impressos requer esses modelos. Nos veículos digitais esta prática também é comum. Os populares *grids* de 12 colunas estão presentes na organização visual de muitos portais de notícias. Já no caso das redes sociais, os *layouts* são disponibilizados pela empresa fabricante do sistema sem possibilidade de criação gráfica por parte dos veículos de comunicação.

Na criação visual das mensagens publicadas em periódicos jornalísticos seja em meio impresso, seja em meio digital, devem

ser levados em consideração aspectos da composição que passam pelo uso dos elementos e níveis da linguagem visual, utilizados para hierarquizar um conjunto de informações, pelas características tipográficas e a possibilidade destas informações virem organizadas em um *grid*.

De acordo com Lupton e Phillips (2008) são oriundas do design gráfico moderno as ideias de organizar conteúdos visuais, de preferir as formas sintéticas e simplificadas e a promoção de soluções racionais através do planejamento e da padronização. Num contexto mais contemporâneo de produção de mensagens visuais, as autoras afirmam que ‘o impuro, o contaminado e o híbrido aparecem tão intensamente nas peças gráficas quanto as formas polidas e perfeitas’ (Lupton e Phillips, 2008: 8). As autoras revisitam os conceitos modernistas de elementos que compõem a linguagem visual e observam novos elementos e conceitos que permeiam as mensagens visuais produzidas a partir do surgimento dos *softwares* de desenho e edição de imagens. Além dos clássicos ponto, linha, plano, cor, textura, tamanho, formato, posição, direção, profundidade e gravidade trabalhados por Dondis (1997), as autoras incluem o conceito de transparência e o uso de camadas como técnicas que são comuns na produção de mensagens visuais inclusive no contexto de criações gráficas para informação jornalística.

Hierarquizar é dar valor. É organizar e priorizar para compor um guia lógico e visual da informação (Ambrose e Harris, 2011). Para haver hierarquia tem que existir contraste. No contexto da informação visual e principalmente da informação jornalística, hierarquizar o texto verbal e os outros elementos da mensagem é fundamental para gerar o entendimento da informação. Segundo Dondis (1997), ‘o contraste é um instrumento essencial da estratégia de controle dos efeitos visuais, e, conseqüentemente, do significado. Mas o contraste é, ao mesmo tempo, um instrumento, uma técnica e um conceito’. A autora considera ainda que o contraste é um poderoso instrumento de expressão que intensifica significados simplificando a comunicação. Ela lista ainda os contrastes de escala, cor, tom, forma e posição como os mais importantes na composição da informação.

Para Samara (2011), ‘figuras e símbolos, campos de textos, títulos, tabelas: todos estes elementos devem se reunir para transmitir a informação. O *grid* é apenas uma maneira de juntar estes elementos’. A criação do *grid* está pautada na necessidade de ordem e de tornar compreensível os conteúdos, mas foi durante o modernismo europeu e americano que seu uso se popularizou nas configurações gráficas de periódicos jornalísticos. Segundo o autor o trabalho com o *grid* traz as vantagens de clareza, eficiência, economia e identidade para a informação.

Na mensagem jornalística estão presentes diferentes tipos de texto verbal (títulos, subtítulos, abre, intertítulo, chapéu, olho, legenda, corpo de texto, dentre outros) que carregam informações diversas e que devem ser hierarquizados visualmente na página. Segundo

Ambrose e Harris (2011) a tipografia é a forma visual de uma ideia escrita. O contraste e a hierarquia nos textos devem reforçar os diferentes graus de importância da informação verbal.

Também é necessário, conforme afirma Spinillo (2002), considerar os aspectos que dizem respeito ao leitor como sua necessidade informacional, sua familiaridade com a representação gráfica e a aceitabilidade da representação. Ainda segundo a autora o meio de representação, o meio de reprodução, os recursos gráficos disponíveis e as circunstâncias de uso também devem ser considerados na análise de uma informação tanto numa perspectiva de composição (sintaxe) como num olhar de produção de sentido, de significado e de compreensão por parte do usuário.

4 Apresentação e discussão dos exercícios

Diante do desafio de estimular estudantes a comporem narrações visuais para conteúdos jornalísticos, a disciplina de Design de Notícias, juntamente com a disciplina de pré-requisito, Comunicação Visual, constituem um eixo temático de fundamental importância para a construção visual da informação no jornalismo. Para alcançar os objetivos dessas disciplinas, os discentes realizam exercícios que visam a elaborar soluções visuais que partem dos elementos mais básicos da linguagem visual até composições mais complexas que envolvem a visualização de dados quantitativos e soluções gráficas para capa de publicação. Antes de relatar como foram realizados os exercícios, cabe apresentar, de uma forma geral, como são propostas as disciplinas e quais suas finalidades.

A proposta da disciplina de Comunicação Visual é lidar com o pensamento visual de maneira abrangente, despertando o olhar dos estudantes para as partes que compõem as mensagens visuais. Os elementos visuais, a sintaxe da linguagem visual, *Gestalt*, tipografia e hierarquia visual são discutidos e exercitados. O objetivo é oferecer conhecimentos introdutórios sobre a linguagem visual e seus elementos, assim como destacar a importância destes na manipulação e construção de peças gráficas comunicacionais. Esse conteúdo é base para o trabalho com peças jornalísticas na disciplina de Design de Notícias. São três as unidades de Comunicação Visual: Introdução à linguagem visual, Elementos e níveis da linguagem visual e Técnicas de layout. Estes três momentos, além de aulas expositivas, permitem aos estudantes o contato com exercícios analógicos e de reconhecimento visual, tais como: geração de formas (tangram e *Gestalt*), reconhecimento dos elementos da linguagem visual, percepção de tipos, composição de tipos, contraste de tipos, harmonias cromáticas, técnicas de *layout* e estudo de designers do século XX. Os discentes tanto compõem peças em sala como também capturam imagens com o fim de reconhecimento dos elementos, níveis da linguagem e tipos.

Já a disciplina de Design de notícias, prevendo conhecimentos anteriores de Comunicação Visual, direciona-se ao entendimento das partes que compõem o produto jornalístico, tendo em vista o pensamento visual e as formas de organizar as informações próprias aos periódicos. Nesse sentido, o design da informação é fundamental para a visualização sintética e comunicativa de conteúdos informativos e editoriais. São trabalhadas e exercitadas as temáticas de design editorial, design de notícias, visualização de dados, selos e produção gráfica. O objetivo da disciplina é abranger assuntos relacionados à organização visual de notícias em veículos de comunicação impressos e digitais, bem como discutir e aplicar fundamentos e técnicas de criação gráfica-visual em produtos noticiosos. Sua divisão segue três unidades temáticas: Design editorial, Recursos gráficos para informação jornalística e Produção Gráfica. Esses três momentos unem aulas expositivas, exercícios em sala de aula e aula de campo para observação, pesquisa e criação a partir dos recursos gráficos aprendidos. Os estudantes realizam exercícios tais como: reconhecimento das partes da notícia, pesquisa histórica de publicações, construção de grid, visualização de dados, criação de selo, visita técnica à gráfica e criação de capa de revista.

Especificamente em Design de notícias, destacamos seis exercícios para abordar metodologicamente: reconhecimento de partes da notícia, em que os estudantes identificam os elementos gráficos da notícia; pesquisa histórica, em que eles pesquisam e apresentam uma publicação jornalística em três momentos distintos da história; *grid*, por meio do qual se monta uma proposta modular de página para uma matéria; visualização de dados, atividade orientada pelas docentes em que se elaboram propostas de visualização de dados numéricos presentes em textos jornalísticos; criação de selo, em que os estudantes buscam sintetizar o tema de um conjunto de reportagens numa proposta pictórica e tipográfica; e, por fim, criação de capa, em que eles, orientados pelas docentes a partir de um tema, propõem o *layout* de uma capa de revista e materializam a proposta numa versão palpável/impressa (produção gráfica).

No reconhecimento das partes da notícia, o material utilizado pelos alunos foi: revistas, jornais, cola, tesoura e papel. A proposta foi compor visualmente uma página de notícia em papel A4, com a colagem dos seus principais elementos gráficos, a saber: chapéu ou cartola (palavra no topo da página que designa o assunto ou editoria), título (frase que nomeia a notícia), sutiã (linha textual que complementa o título), capitular (letra maior que destaca o início do corpo do texto), corpo do texto (conteúdo textual propriamente dito, em colunas), olho ou janela (trecho ou citação destacada da notícia que abre espaço dentro da massa textual), intertítulo (seção que divide o corpo do texto), legenda (frase colocada abaixo da fotografia) e box (texto complementar separado do corpo principal do texto, em geral demarcado por uma moldura, forma ou cor). Outros elementos são identificados no design de notícias, mas esses se apresentam

como principais. Com base na colagem, montagem da página e posterior fotocópia para uniformizar a superfície, foi possível trabalhar visualmente e analisar a disposição dos elementos da notícia, mesmo que fossem recortadas de origens textuais diferentes. O propósito do exercício é alcançado ao mostrar aos estudantes que, no design de notícias, os elementos textuais também são visuais e obedecem a uma hierarquia.

Figure 1 Exercício de reconhecimento de partes da notícia (usado com a permissão da estudante).



A pesquisa histórica de publicações periódicas se dirigiu a uma seleção e análise comentada de três edições do jornal ou revista escolhida em três momentos distintos da sua história. O propósito foi perceber como a linguagem gráfica dos periódicos se modificou ao longo do tempo, sendo as mudanças demonstradas, principalmente, pela distribuição do texto na página, pelo aprimoramento da colunagem textual, uso de espaços e destaques tipográficos, pelo uso das imagens como recurso de atenção, bem como sua composição com outros elementos da página e uso da cor. As publicações apresentadas foram jornais de circulação nacional e local. Os estudantes narraram, numa apresentação oral com base em imagens, um pouco da história das publicações e fizeram uma breve análise da composição gráfica dos periódicos, o que favoreceu a observação dos produtos jornalísticos conforme os elementos gráficos das notícias aprendidos anteriormente.

Após o reconhecimento das partes da notícia e da pesquisa/análise histórica, chega-se ao exercício de construção de *grid*. Como exposto em momento anterior do texto, o *grid* é a modulação da página de modo a favorecer a organização visual dos elementos que a

compõem. As docentes da disciplina disponibilizaram papéis coloridos e folhas A3 em branco e os discentes utilizaram lápis, régua, tesoura e cola para realização do exercício. A folha A3 foi dobrada ao meio para simular uma página dupla de abertura de matéria jornalística e eles traçaram o *grid* (que poderia ser simétrico ou assimétrico, retangular, de colunas ou modular). Com recortes de papéis coloridos, colados sobre o *grid*, os principais elementos de uma página dupla de matéria foram representados: título, subtítulo, corpo do texto em colunas, olho, dentre outros. Ao observar a montagem final, com cores distintas, percebeu-se a disposição e alinhamento das manchas gráficas dentro da área pré-determinada pelo *grid*, ainda que alguns estudantes tenham tido dificuldade na eleição da cor para representar uma área ou elemento específico.

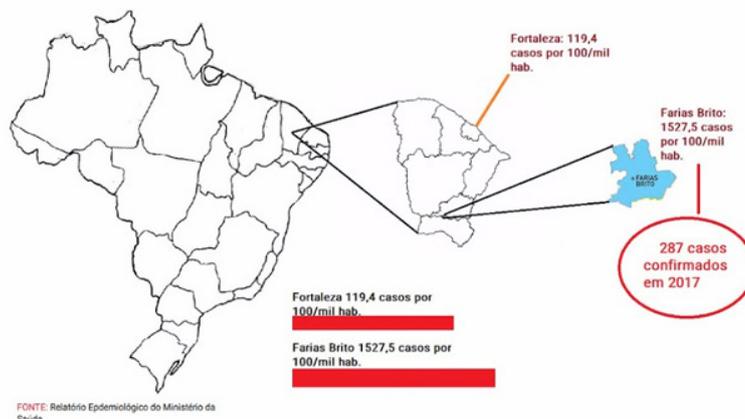
Figure 2 Exercício de grid (usado com a permissão da estudante).



No exercício de visualização de dados, a princípio, foi solicitada aos estudantes (em duplas ou individualmente) a eleição de uma notícia baseada em números, mas sem nenhum tipo de ilustração ou gráfico. Com a orientação docente, foi avaliada a pertinência ou não da escolha da notícia e, então, eles propuseram a visualização dos dados através de mapas, gráficos ou ilustrações. A decisão pelo tipo de recurso gráfico foi debatida e, por último, apresentada em forma de um esboço. Os resultados foram acompanhados de uma descrição das decisões tomadas durante o processo de transformação dos dados numéricos em soluções narrativas. Mais do que ter um produto finalizado, o objetivo do exercício foi pensar visualmente soluções para as informações. A eficácia da comunicação dos dados pôde ser discutida através do tipo de recursos eleitos: formas gráficas, cores, ilustrações, tipografia, dentre outros. A complexidade desse exercício se deveu ao desafio de sintetizar comparações de números, porcentagens e categorias, o que também concerne à compreensibilidade esperada no design da informação jornalística. Muitos recorreram a *softwares* para realizar o esboço.

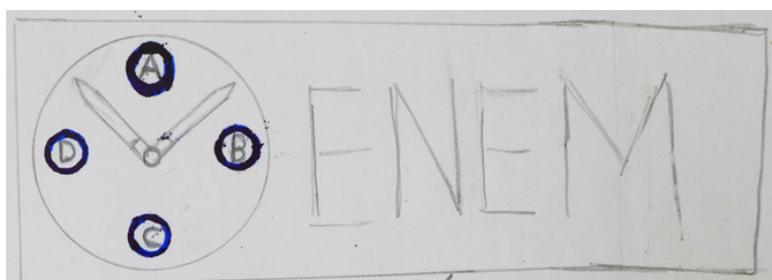
Figure 3 Exercício de visualização de dados (usado com a permissão dos estudantes).

Crescimento do número de casos de dengue em Farias Brito CE em 2017



Também com o fim de obter uma solução visual, foram sorteados alguns temas entre os discentes para que desenvolvessem um selo. No jornalismo, o selo é uma identidade visual (pictórica e tipográfica) que reúne um conjunto de reportagens temáticas. Eles desenvolveram o tema, em duplas ou individualmente, através da elaboração de uma rede semântica e posterior eleição de imagens que sintetizassem a ideia. Os esboços propostos tinham a finalidade de unir texto e desenho numa única identidade. Mesmo com a dificuldade de desenhar a mão, eles puderam, minimamente, transmitir a ideia visual do tema proposto. Tanto o estilo tipográfico eleito quanto o desenho, unidos, funcionaram como um resumo imagético para a temática de reportagens.

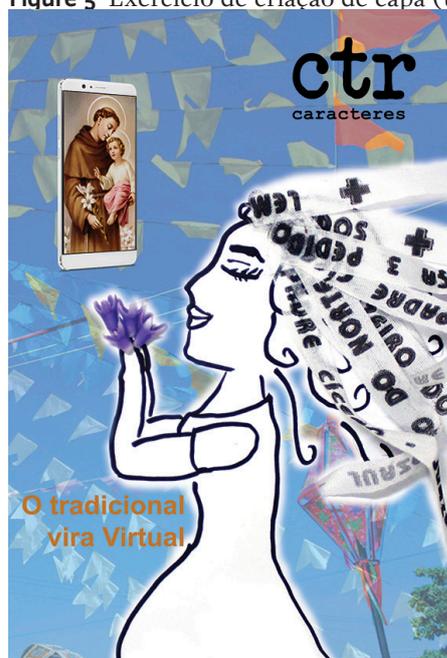
Figure 4 Exercício de selo (usado com a permissão dos estudantes).



O último exercício da disciplina foi a criação de uma capa para a revista do curso. Alguns temas foram sorteados por duplas ou individualmente e a proposta foi pensar a capa como um ponto de entrada para a matéria principal (capa conceitual) e tendo a revista como um artefato que pode ser usado (manipulado) pelo leitor.

Técnicas de representação visual analógicas puderam ser utilizadas, lembrando o que foi exercitado na disciplina de Comunicação Visual. A criação foi direcionada pelos seguintes passos: elaborar o conceito criativo (podendo ser usada a rede semântica e buscando evitar os clichês), pensar na técnica usada para “materializar” o conceito e executar (usando o logo da revista e criando um título para o tema da publicação). A entrega da capa foi feita em papel e montada em um miolo de revista. Os resultados desse exercício reuniram tanto os conhecimentos sobre design e recursos gráficos, quanto o que foi discutido sobre a produção gráfica (arquivo de imagem, resolução, impressão, acabamento, dentre outros).

Figure 5 Exercício de criação de capa (usado com a permissão da estudante).



5 Considerações finais

A disciplina de Design de Notícias é desafiadora tanto para as professoras quanto para o corpo discente do curso de Jornalismo, que, por vezes, vê a disciplina como lúdica. Entendemos que hoje o consumo de informações jornalísticas está intimamente ligado à comunicação visual dos conteúdos digitais e, por essa compreensão, é também um compromisso docente discutir os fundamentos do design da informação jornalística, visto que estes são cotidianamente praticados, circulados e consumidos. Entretanto, falar de design no âmbito do jornalismo ainda causa instabilidade devido a uma valorização do fazer textual desvinculado de sua apresentação visual.

Ao se preocuparem sobre como fazer chegar ao público determinadas informações, jornalistas e designers lidam com desafios similares, ainda que estereotipicamente os primeiros sejam

conhecidos por produzirem conteúdo e os últimos, por darem forma ao texto verbal. A velha cisão forma e conteúdo precisa ser, mais do que nunca, desconstruída no curso de jornalismo. Os estudantes, como citamos na apresentação dos exercícios, ao terem uma aproximação com práticas do design de notícias, buscam pensar visualmente soluções. Estas, contudo, não se dão sem apresentar obstáculos, até porque ainda é preciso educá-los em busca de uma equidade entre os termos design e discurso, assim como entre práticas de designers e jornalistas.

No cotidiano do ensino, entre colegas professores, a necessidade de educar não é menos importante. A disciplina de Laboratório de Jornalismo Impresso, por exemplo, que trabalha com conhecimentos de Design de Notícias, tem oficialmente dois docentes, um para a produção de texto e outro para o pensamento do design dos conteúdos. O funcionamento dessa união ainda não é orgânico e torna difícil o espaço que deveria ser de trocas e experimentações. Se os conhecimentos praticados pelos estudantes em Design de Notícias não são devidamente valorizados em momento posterior do curso, deve-se a uma falta de integração ainda evidente entre especificidades da formação. Resta a nós, docentes, a busca por manter atualizada, dentro e fora da sala de aula, a missão social e cidadã do alcance da informação junto ao público, competências tanto do design quanto do jornalismo.

Referências

- ALSINA, M. R. 2009. *A construção da notícia*. Petrópolis: Vozes.
- AMBROSE, G.; HARRIS, P. 2011. *Grids*. Barcelona: Paramón.
- ARNOLD, E. 2000. Getting back to basics with Edmund Arnold. *Design*, Rhode Island, n.77, p. 32-42, winter. Interview.
- BRASIL. Ministério da Educação. 2013. *Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, bacharelado, e dá outras providências*. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14242-rces001-13&category_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192. Acesso em: 06 jun. 2017.
- BONSIEPE, G. 2011. *Design, cultura e sociedade*. São Paulo: Blucher.
- CHAPARRO, C. M. 2012. *Interesse público não se confunde com “interesse do público”*. Disponível em: < http://oxisdaquestao.provisorio.ws/wp-content/uploads/2016/03/2012_7_31_14_31_7_54154.pdf > Acesso em: 08 de maio de 2017.
- CHARTIER, R. 1999. *A aventura do livro do leitor ao navegador*. São Paulo: Unesp.
- DONDIS, A. D. 1997. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes.
- LUPTON, E.; PHILLIPS, J. 2008. *Novos fundamentos do design*. São Paulo: CosacNaify.
- MARGOLIN, V. 1994. A idade da comunicação: um desafio para os designers. *Estudos em Design*, Rio de Janeiro: v.2, n.1, p. 10-14.
- MORAES, A. 2013. *Infografia: história e projeto*. São Paulo: Blücher.

- _____. 2015. *Design de notícias: a acessibilidade do cotidiano*. São Paulo: Blücher.
- REDIG, J. 2004. Não há cidadania sem informação, nem informação sem design. *Revista Brasileira de Design da Informação*, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 58-66.
- SAMARA, T. 2011. *Guia de design editorial: manual prático para o design de publicações*. Porto Alegre: Bookman.
- SOUZA, R., et al. 2016. Alternativas epistemológicas para o design da informação: a forma enquanto conteúdo. *Revista Brasileira de Design da Informação*, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 107-118.
- SPINILLO, C. G. 2002. Instruções visuais: algumas considerações e diretrizes para o design de sequências pictóricas de procedimentos. *Estudos em Design*, v. 9, n. 3, p. 31-50.
- SHEDROFF, N. 2000. Information interaction design: a unified field theory of design. In: JACOBSON, Robert (ed.). *Information design*. Cambridge (MA): The MIT Press.
- TWYMAN, M. 1985. Using pictorial Language: a discussion of the dimensions of the problem. In: DUFTY, T.M.: WALLER, R. *Design usable texts*. Orlando: Academic Press

Sobre as autoras

Elane Abreu de Oliveira

<elane.abreu@ufca.edu.br>

Instituto Interdisciplinar de Sociedade Cultura e Artes

Curso de Jornalismo

Universidade Federal do Cariri

Campus Juazeiro do Norte

Cidade Universitária, Juazeiro do Norte, CE, Brasil – CEP 63048-080

Juliana Lotif

<juliana.lotif@ufca.edu.br>

Instituto Interdisciplinar de Sociedade Cultura e Artes

Curso de Jornalismo

Universidade Federal do Cariri

Campus Juazeiro do Norte

Cidade Universitária, Juazeiro do Norte, CE, Brasil – CEP 63048-080

Artigo recebido em 26/10/2017

Artigo aceito em 26/10/2017