

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS

A transformação histórica do gênero capa de jornal

Tarcísia Travassos

Recife
2010

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS

A transformação histórica do gênero capa de jornal

Tarcísia Travassos

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Linguística.

Orientador: Prof. Dr. Marlos de Barros Pessoa

Recife
2010

Travassos, Tarcísia

A transformação histórica do gênero capa de jornal / Tarcísia Travassos. – Recife: O Autor, 2010.

177 folhas: il., fig., quadros.

Tese (doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. CAC. Linguística, 2010.

Inclui bibliografia e anexos.

1. Linguística. 2. Jornais - Pernambuco - História. 3. Análise linguística. 4. Jornais - Layout e impressão. 5. Jornais - História social. I.Título.

801 CDU (2.ed.)

410 CDD (22.ed.)

UFPE

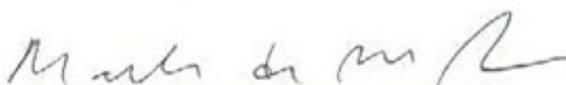
CAC2010-92

TARCISIA MARIA TRAVASSOS DE AGUIAR

A Transformação Histórica do Gênero Capa de Jornal

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Letras da Universidade Federal de Pernambuco
como requisito para a obtenção do Grau de Doutor
em Linguística em 29/6/2010.

BANCA EXAMINADORA:



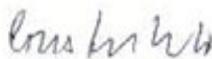
Prof. Dr. Marlos de Barros Pessoa
Orientador – LETRAS - UFPE



Prof.ª Dr.ª. Angela Paiva Dionisio
LETRAS - UFPE



Prof.ª Dr.ª. Nelly Medeiros de Carvalho
LETRAS - UFPE



Prof.ª Dr.ª. Cristina Teixeira Vieira de Melo
COMUNICAÇÃO SOCIAL - UFPE



Prof.ª Dr.ª. Valéria Severina Gomes
- UFRPE

Aos meus pais, Luiz Aguiar (*in memoriam*) e Ninfa Travassos.

Às minhas filhas, Leila e Aline,
como uma demonstração de que não
devemos desistir dos nossos sonhos, mas sim, lutar por eles.

Agradecimentos

A Deus, por ter me dado energia para chegar até aqui;

A minha mãe, por tudo que ela representa em minha vida e por sempre me assegurar que “tudo vai dar certo”;

A Marcelo, Leila e Aline por aceitarem minhas ausências nos momentos de trabalho intenso e concentrado;

Às minhas irmãs Ladete, Ana e Zuilca, pela paciência e torcida;

Ao Prof. Marlos, pela orientação e compreensão nos momentos difíceis;

Às Professoras Angela Paiva Dionísio e Cristina Teixeira pelas valiosas contribuições no momento da qualificação;

Às Professoras Nelly Carvalho e Valéria Gomes pela participação na banca examinadora;

Ao professor Adair Bonini, que apesar de nem me conhecer, foi atencioso e prestativo comigo, me enviando seus artigos;

Aos amigos e amigas Alzenir, Bento, Claudinete, Ednaldo, Erinaldo, Graça, Kelma, Marcos Duarte, Siane, Valéria, que acompanharam o desenrolar do meu trabalho com interesse e palavras de incentivo;

Às amigas Carol e Heri, pelo carinho e pelas traduções do resumo em francês e em inglês respectivamente;

Aos funcionários do Setor de Microfilmagem da Fundação Joaquim Nabuco, do Centro de Documentação do Diário de Pernambuco e do D. A. Press Multimídia S/A, pelo profissionalismo e atenção, sem os quais seria quase impossível a coleta dos dados de pesquisa.

Resumo

Esta pesquisa tem como objetivo geral traçar o percurso histórico do gênero capa de jornal e situa-se no campo dos estudos linguísticos da Análise de Gênero Textuais. Os objetivos específicos são: a) descrever as características do gênero capa de jornal; b) verificar a diversidade genérica presente nesse gênero; e c) acompanhar as transformações ocorridas no gênero capa de jornal, ao longo do tempo, do ponto de vista organizacional e funcional. Buscamos apoio teórico nos seguintes estudiosos da área: Bakhtin (1986, 1992); Miller, (1984, 1994, 2009); Bazerman, (2005, 2006, 2007) e Marcuschi, (2000, 2003, 2004, 2008). Entre os princípios teóricos desses autores destacamos os seguintes conceitos: dialogismo; gêneros textuais como formas de ação social; estabilidade relativa dos gêneros; recorrência; tipificação; historicidade e dinamicidade dos gêneros e intergenericidade. Também buscamos respaldo teórico nos seguintes autores da história da imprensa e da prática jornalística: Ferreira Jr., (2003); Jambo, (1975); Pessoa, (2002, 2004, 2005); Silva, (1985); Erbolato, (1981); Sodr e, (2003). O *corpus* de pesquisa constitui-se de 90 capas do Diário de Pernambuco publicados entre 1825, ano do surgimento do Diário, e 2005, ano em que completou 180 anos. Ao acompanhar o percurso do gênero capa de jornal através do periódico mais antigo da América Latina, o Diário de Pernambuco, observamos que este gênero incorporou e refletiu, ao longo do tempo, transforma es definidas sócio-historicamente. Hoje, a capa de jornal caracteriza-se, principalmente, pela presença dos componentes fixos *cabeçalho*, *manchetes*, *fotografias*, *legendas* e *chamadas de capa*, os quais concorrem para que a mesma cumpra as seguintes fun es: identificar o jornal; anunciar o conteúdo e apontar o local onde o texto se encontra; e persuadir o leitor quanto   leitura e compra do periódico.

PALAVRAS-CHAVE: G nero textual, capa de jornal, transforma o histórica.

ABSTRACT

This study intends to analyze the historical development of newspapers front pages and situated in the field of genre analysis. Specifically, we intend (a) to describe the main features of the genre itself; (b) to verify its inherent generic diversity and (c) to investigate the main changes concerning this genre over time through an organizational and functional viewpoint.

Our theoretical approach to the study is informed by Bakhtin (1986, 1992), Miller, (1984, 1994, 2009); Bazerman, (2005, 2006, 2007) and Marcuschi, (2000, 2003, 2004, 2008) highlighting some important concepts such as dialogism, genre as social action, the relatively generic stability, recurrence, typification, genre as historical and dynamic entities/artifacts as well as aspects of crossgenre property (intergenericidade). Other researchers from the field of press history as well as journalism such as Ferreira Jr., (2003); Jambo (1975); Pessoa, (2002, 2004, 2005); Silva, (1985); Erbolato, (1981); Sodr e, (2003), among others also help us to inform our theoretical and analytical framework.

The *corpus* of this study is constituted by 90 front pages of a daily newspaper called Diário de Pernambuco, the oldest Latin American newspaper. These front pages cover the period from 1825 (when the newspaper came up) to 2005 (its 180th anniversary). Following the transformations of this genre over time we noticed that the genre itself acquired and reflected sociohistorical changes. Nowadays, we can see that front pages are characterized by some fixed elements such as masthead, headlines, pictures, subtitles and cover stories which work together to make the genre call attention to the content, point where the text is as well as persuade readers to buy and consume texts.

Key words: genre, (newspaper) front pages, historical change

RESUMÉE

Cette recherche a comme objectif général de tracer le parcours historique du genre couverture de journal et se situe dans le domaine des études linguistiques de l'analyse des genres textuels. Les objectifs spécifiques sont: a) décrire les caractéristiques du genre couverture de journal; b) vérifier la diversité génériques présente dans ce genre, et c) accompagner les transformations souffert par le genre couverture de journal, au fil du temps, du point de vue organisationnel et fonctionnel. Nous cherchons des supports théoriques dans les secteurs étudiés suivants: Bakhtine (1986, 1992), Miller (1984, 1994, 2009), Bazerman (2005, 2006, 2007) et Marcuschi, (2000, 2003, 2004, 2008). Parmi les principes théoriques de ces auteurs, nous mettons en évidence les concepts suivants: le dialogisme, les genres textuels comme des formes d'action sociale; la stabilité relative des genres; la récurrence; la typification, l'histoire et la dynamique des genres ainsi que l'intergénérité. Aussi nous cherchons un soutien théorique dans les auteurs de l'histoire de la presse et de la pratique journalistique suivants: Ferreira Jr., (2003), Jambo (1975), Pessoa (2002, 2004, 2005), Silva (1985); Erbolato, (1981); Sodré (2003). Le corpus de recherche est composé de 90 couverture de journal du Diário de Pernambuco publiés entre 1825, année de émergence du Diário, et 2005, année où il a complété 180 ans. En accompagnant l'itinéraire du genre couverture de journal à travers du Diário de Pernambuco, le périodique le plus ancienne de l'Amérique latine, nous avons observé que ce genre incorpore et reflète, au fil du temps, des transformations bien définies socio-historiquement. Aujourd'hui, la couverture de journal, se caractérise principalement par la présence des éléments fixes chapeau, manchettes, photographies, légendes et des appels de couverture, lesquels concourent pour que les mêmes puissent exécuter les fonctions suivantes: identifier le journal, annoncer le contenu et indiquer le local où le texte se trouve, ainsi que persuader le lecteur à la lecture et à l'achat.

MOTS-CLÉS: genre textuel, couverture de journal, transformation historique.

Lista de Quadros

	Pág.
Quadro 1 - Capas de jornais de vários países	25
Quadro 2 - Componentes da capa de jornal	42

Lista de Figuras

Capas do Diário de Pernambuco	Pág.
Figura 1 - DP 12/09/2001	28
Figura 2 - DP 21/04/1985	32
Figura 3 - DP 17/04/2004	35
Figura 4 - DP 01/02/2005	37
Figura 5 - DP 16/11/2004	43
Figura 6 - DP 18/06/2001	47
Figura 7 - DP 06/02/2005.....	49
Figura 8 - DP 14/08/2005	51
Figura 9 - DP 03/08/2005	52
Figura 10 - DP 30/09/2005	54
Figura 11 - DP 22/01/2005	57
Figura 12 - DP 22/04/2001	59
Figura 13 - DP 07/11/1997	60
Figura 14 - DP 31/08/2005	62
Figura 15 - DP 07/11/2003	63
Figura 16 - DP 07/11/1825	72
Figura 17 - DP 25/08/1826	74
Figura 18 - DP 01/12/1828	75
Figura 19 - DP 03/01/1840	77
Figura 20 - DP 10/01/1845	78
Figura 21 - DP 10/01/1850	79
Figura 22 - DP 07/05/1857	80
Figura 23 - DP 02/08/1866	81
Figura 24 - DP 03/07/1873	83
Figura 25 - DP 03/07/1873	84
Figura 26 - DP 07/07/1878	85
Figura 27 - DP 07/04/1885	86

Figura 28 - DP 13/05/1890	87
Figura 29 - DP 01/07/1905	89
Figura 30 - DP 07/11/1910	91
Figura 31 - DP 03/08/1914	93
Figura 32 - DP 01/10/1917	94
Figura 33 - DP 26/02/1922	96
Figura 34 - DP 01/01/1925 e DP 07/01/1925	97
Figura 35 - DP 29/07/1930	99
Figura 36 - DP 07/10/1930	100
Figura 37 - DP 11/11/1937 e DP 23/08/1942	102
Figura 38 - DP 07/10/1940	104
Figura 39 - DP 30/10/1945	105
Figura 40 - DP 05/04/1950	107
Figura 41 - DP 01/01/1957	108
Figura 42 - DP 15/01/1963	110
Figura 43 - DP 21/07/1969	111
Figura 44 - DP 18/07/1975	113
Figura 45 - DP 19/12/1983	114
Figura 46 - DP 06/10/1988	116
Figura 47 - DP 30/09/1990	118
Figura 48 - DP 30/09/1992	119
Figura 49 - DP 10/11/1997	121
Figura 50 - DP 20/08/1999	123
Figura 51 - DP 07/07/2005	124
Figura 52 - DP 14/08/2005	125
Figura 53 - DP 07/11/2005	127
Figura 54 - DP 07/11/1825	131
Figura 55 - DP 16/02/1833	133
Figura 56 - DP 08/03/1859	134
Figura 57 - DP 06/04/1920	136
Figura 58 - DP 05/05/1831	138
Figura 59 - DP 11/01/1877	140
Figura 60 - DP 01/07/1910	141
Figura 61 - DP 04/04/1893	143

Sumário

Introdução	11
Capítulo 1 - Capa de jornal como gênero textual	17
1.1. Pressupostos teóricos	17
1.2. Apresentando o gênero capa de jornal	23
1.3. A organização das capas do Diário de Pernambuco	30
1.3.1. Aspectos gráficos	33
Capítulo 2 - Diversidade genérica na capa de jornal	41
2.1. Os componentes da capa de jornal	41
2.1.1. Gêneros fixos na capa de jornal.....	45
2.1.2. Gêneros ocasionais na capa de jornal.....	56
Capítulo 3 - Uma análise diacrônica das capas do Diário de Pernambuco	66
3.1. A natureza evolutiva dos gêneros	66
3.2. A transformação e a consolidação da imprensa.....	70
3.2.1. Uma proposta de periodização para as capas de jornal	71
Capítulo 4 - A exclusão de gêneros da capa de jornal	129
4.1. A ampliação dos espaços do jornal	129
4.2. Gêneros que migraram da capa para o interior do jornal	130
4.3. Gêneros excluídos do jornal	137
Considerações finais	145
Referências	151
Anexos	162

Introdução

Se observarmos historicamente o surgimento dos gêneros textuais, veremos que “povos de cultura essencialmente oral desenvolveram um conjunto limitado deles” (MARCUSCHI, 2002, p. 19), porém com a invenção do alfabeto, no século VII A. C., surgiram centenas de gêneros típicos da escrita. A partir do século XV, com a expansão da cultura impressa, eles multiplicaram-se e ampliaram-se ainda mais com o processo de industrialização iniciado no século XVIII.

As capas surgiram na Idade Média quando os volumes deixaram de ser rolos e passaram a ser folhas dobradas reunidas por costuras laterais e encadernadas. Eram capas grossas que serviam primordialmente para proteger o conteúdo do volume, ou seja, o texto, das adversidades do manuseio e do tempo. Posteriormente, percebeu-se que a capa constituía uma área propícia para a comunicação na qual o conteúdo das publicações poderia ser representado (ARAÚJO, 1986). Depois do surgimento da imprensa, surgiram maiores possibilidades de diversificação de modelos e formas.

Na era industrial, as capas sofreram uma adaptação aos sistemas de produção e passaram a representar verbal e/ou pictoricamente o conteúdo das publicações. Com a era da informação, este espaço passou a ser ainda mais explorado, tanto para comunicar o conteúdo da publicação, como para persuadir o público consumidor, os leitores.

Como diz Santos (2001 apud CALDEIRA, 2007), com base em pesquisa realizada, as capas, nos seus primórdios, tinham vida própria e não refletiam o conteúdo das publicações. Posteriormente, descobriu-se o valor da chamada de capa, “texto breve, preciso, irresistível, piscadela verbal a seduzir o leitor”.

McLuhan (1970, p. 231), pesquisador da comunicação humana, defende a idéia de que a página de jornal, que aludimos aqui como a capa de jornal, por apresentar simultaneamente, em sistema de mosaico, várias histórias da comunidade em ação e interação, “confere ao jornal uma complexa dimensão de interesse humano”.

Os primeiros periódicos não manuscritos que surgiram no final do século XVI e no século XVII eram muito parecidos com os livros, embora geralmente possuíssem quatro páginas. Na primeira delas, a capa, usualmente constavam apenas o título do texto, a data e o nome do impressor. De acordo com Sousa (2001, p. 341), “as primeiras mudanças nos conteúdos e nos formatos levaram o jornal a distanciar-se do livro, começando a adquirir uma identidade”.

Foi no século XVIII, que os diários tornaram-se comuns e populares, participando da ativação da vida social, recebendo cartas de leitores e estimulando o hábito da leitura (PESSOA, 2002a). Devido a sua longa tradição como suporte de vários gêneros textuais, fica evidente que o jornal constitui um dos espaços mais completos para o estudo das transformações ocorridas nos textos que veicula.

Tendo o objetivo básico de transmitir informações, o jornal, com o passar dos séculos, foi crescendo e passou a conter cadernos que dão conta de universos discursivos mais amplos (PESSOA, 2002a). Depois de transformar-se em um grande veículo de informações, o jornal passou a separar espaços para os vários gêneros textuais, tais como a seção de cartas de leitores, o editorial, os cadernos de política, economia e esportes, a seção de horóscopo, a coluna social e também a capa de jornal recebeu mais atenção.

Atualmente, quando exposto nas bancas, o jornal integra-se ao contexto urbano através de sua capa, seu apelo visual mais decisivo (FERREIRA JR., 2003, p. 07) e que representa um “rótulo” para o jornal, pois reúne características e atrativos através dos quais o leitor pode, além de identificar o jornal, decidir-se por comprá-lo e “consumi-lo”. A capa de jornal é um gênero textual, pois tem propósitos comunicativos próprios, organização textual característica e produtores e receptores definidos, assim como os demais gêneros que compõem o jornal.

Entre os elementos que caracterizam a capa de jornal estão os seguintes: nome do jornal, número de edição, data, fotografia, legenda, manchete e chamada. O conjunto constituído pelas manchetes, chamadas e imagens das capas dos jornais deve formar um leque bem definido e distribuído de perspectivas e expectativas. As manchetes e as imagens impressionam, pois em poucos segundos, informações e sensações invadem o leitor.

Nesta pesquisa, partimos da seguinte questão: quais transformações organizacionais e funcionais a capa de jornal, como outros gêneros textuais, sofreu ao longo do tempo?

Nesse sentido, definimos os seguintes objetivos para estudo:

Objetivo geral:

- Traçar o percurso histórico do gênero capa de jornal.

Objetivos específicos:

- Descrever as características do gênero capa de jornal;
- Verificar a diversidade genérica presente na capa de jornal;
- Analisar as transformações ocorridas no gênero capa de jornal, ao longo do tempo, do ponto de vista organizacional e funcional.

Defendemos a hipótese de que a capa de jornal, como outros gêneros que circulam socialmente, percorreu um longo trajeto até adquirir as características atuais e cumprir as funções que cumpre hoje. Assim, parece-nos, no mínimo curioso, acompanhar as mudanças ocorridas, ao longo de 180 anos, nas capas do Diário de Pernambuco que, na condição de jornal mais antigo em circulação na América Latina, pode revelar quais as tendências deste gênero para a mudança e para a permanência, nas dimensões consideradas.

A capa de jornal é um gênero que tem como propósitos funcionar como um sumário do conteúdo da edição e como uma vitrine para atrair e seduzir o leitor à compra. Investigar a capa de jornal justifica-se, pois o estudo dos gêneros jornalísticos, assim como de todo o conjunto que constitui as manifestações da comunicação de massa, apresenta uma grande relevância social, pois pode subsidiar a atuação dos cidadãos enquanto pessoas críticas e habilidosas no manejo de tais manifestações, uma vez que toda a sociedade é afetada por elas (BONINI, 2005, p. 61).

Nas últimas décadas, muito se tem discutido acerca dos gêneros textuais e, atualmente existe uma variedade de teorias de gêneros. “Tendo em vista que o gênero é essencialmente flexível e variável, tal como o seu componente crucial, a linguagem” (MARCUSCHI, 2005, p. 18), muitas dessas teorias estão em crise por privilegiarem a forma ou a estrutura. Assim, as teorias de gêneros estão em constante construção, de modo que a tendência, no momento, é

estudar os gêneros valorizando-se seu aspecto social, dinâmico, processual, interativo e cognitivo.

Seguindo essa tendência de tratamento dos gêneros, nossa pesquisa preocupa-se especialmente com a compreensão da organização e do funcionamento social e histórico do gênero capa de jornal. Sem dúvida, muitos trabalhos, que exploram a função, a organização, a dinamicidade e a historicidade dos gêneros, têm sido desenvolvidos e muitas são as contribuições nesse sentido, a exemplo dos trabalhos de Pessoa (2007), sobre a notícia; de Mozdzensk (2006), sobre as cartilhas jurídicas; de Gomes (2007), sobre o editorial; de Mendonça (2008), sobre as cartilhas educativas quadrinizadas. Porém, há muitos gêneros ainda a serem investigados e isso nos instiga a contribuir com uma área de pesquisa tão promissora. Nutrimos, então, a crença de que esta pesquisa pode contribuir para: a) o debate em torno das teorias de gênero textual e b) uma compreensão mais ampla e mais consistente sobre a história e as características do gênero capa de jornal.

Nesse intuito, nos orientamos pelas seguintes etapas metodológicas:

a) *Aprofundamento teórico*: para respaldar as reflexões aqui desenvolvidas, nos apoiamos nos seguintes estudiosos da Teoria dos Gêneros textuais: Bakhtin (1986, 1992); Miller, (1984, 2009); Bazerman, (2005, 2007); Marcuschi, (2000, 2004, 2005, 2008). Entre os princípios teóricos desses autores destacamos os seguintes conceitos: dialogismo; gêneros textuais como formas de ação social; estabilidade relativa dos gêneros; recorrência; tipificação; intergenericidade; historicidade e dinamicidade dos gêneros. Também buscamos respaldo teórico nos seguintes autores da história da imprensa e da prática jornalística: Ferreira Jr., (2003); Jambo, (1975); Pessoa, (2002a, 2002b, 2007); Rizzini, (1968); Silva, (1985); Erbolato, (1981); Sodré, (1983), Romancini & Lago (2008).

b) *Coleta e seleção do corpus para análise*: O *corpus* de análise desta pesquisa constitui-se de 90 capas do Diário de Pernambuco do período de 1825, ano do surgimento do jornal, a 2005, ano em que o jornal completou 180 anos. A seleção foi feita de forma a contemplar as capas que apresentassem alguma mudança no aspecto da página que revelasse um contínuo de transformação do gênero capa de jornal e também suas propriedades funcionais. Vale dizer desde já, que não tivemos a pretensão de indicar datas

exatas de quaisquer mudanças verificadas. O *corpus* foi coletado no setor de microfilmagem da Fundação Joaquim Nabuco, onde está o acervo completo; no CEDOC (Centro de Documentação do Diário de Pernambuco) onde o acervo está digitalizado e disponibilizado; no site das edições anteriores do Diário. Outras capas ainda foram compradas ao D. A. Press Multimídia S/A que procurou os exemplares mais conservados.

Nesta etapa, seguimos a orientação de Bazerman (2005, p. 44) quando diz que o conjunto de textos que se pretende analisar “deve ser extenso o suficiente para muni-lo com evidências substanciais para fazer afirmações, mas não tão amplo a ponto de fugir do controle”. Assim, a amostra deve ser grande o suficiente de modo que, mesmo o acréscimo de mais exemplares, dificilmente implicará maiores novidades ou variações.

c) *Organização do corpus*: Após a coleta partimos para a organização do *corpus*. Identificamos 4 fases de transformações em função das mudanças observadas em nosso *corpus* de pesquisa: a) predomínio do texto escrito (1825 – 1890); b) presença de imagens, surgimento das manchetes e chamadas de capa (1890 – 1950); c) valorização das imagens e da diagramação (1950 – 1990); d) capas de jornal na era da informática (1990 – 2005). Nossa periodização não estabelece datas precisas, mas distingue a predominância de determinadas características que estabilizaram o gênero capa de jornal.

d) *Análise dos dados*: realizada a seleção e a organização do *corpus*, partimos para a análise descritiva e interpretativa dos dados. O tipo de análise que pretendemos realizar baseia-se na *Abordagem para identificar e analisar gêneros* proposta por Bazerman (2005, p. 40 – 45). Dessa forma, além de caracterizar o gênero capa de jornal e identificar suas funções, pretendemos considerar as variações ao longo do tempo. Com o propósito de caracterizar a capa de jornal como um gênero, aplicamos as noções de dialogismo, gêneros como formas de ação social, estabilidade relativa dos gêneros, recorrência, tipificação e intergenericidade dos autores já citados no item de *aprofundamento teórico*; na análise das transformações ocorridas no gênero capa de jornal ao longo de décadas do Diário de Pernambuco, tomamos como base as noções de historicidade e de dinamicidade dos gêneros. Finalmente, visando registrar os efeitos sócio-históricos no domínio do jornalismo, nesta

etapa da análise dos dados, também buscamos respaldo em estudiosos da História da imprensa e da prática jornalística.

Este trabalho está organizado em quatro capítulos que descrevemos a seguir.

No primeiro capítulo, *A capa de jornal como um gênero textual*, apresentamos as bases teóricas nas quais esta pesquisa está fundamentada e caracterizamos a capa de jornal como um gênero textual. No segundo capítulo, *A diversidade genérica na capa de jornal*, mostramos que a capa de jornal comporta uma variedade de gêneros os quais concorrem para que a mesma cumpra a sua função no jornal.

No terceiro capítulo, *Análise diacrônica das capas do Diário de Pernambuco*, analisamos diacronicamente a produção das capas do Diário de Pernambuco, ao longo de dezoito décadas, observando quais as tendências para mudança e para permanência e, com base nas transformações observadas, propomos uma periodização para as capas de jornal.

No quarto capítulo, *A exclusão de gêneros da capa de jornal*, tratamos de alguns gêneros que já estiveram presentes na capa, mas que devido às transformações ocorridas ao longo do tempo, passaram a ter outra localização dentro do jornal ou foram totalmente excluídos.

Em seguida, fazemos as nossas considerações finais, nas quais apresentamos os resultados de nossa pesquisa e, esperando abrir caminho para futuras investigações, apontamos possibilidades de estudos com a capa de jornal.

Capítulo 1

A capa de jornal como gênero textual

Este capítulo tem o objetivo de caracterizar o gênero capa de jornal. Inicialmente, discutimos no primeiro tópico, as noções de língua, de texto e de gênero adotadas na pesquisa. Nessa discussão, compartilhamos idéias defendidas por Bakhtin (1986, 1992), Miller (1984, 2009), Bazerman (2005, 2006, 2007). Entre os princípios teóricos desses autores destacamos os seguintes: língua como atividade social, texto como enunciado no plano das ações sociais situadas e históricas, dialogismo, gêneros textuais como formas de ação social; estabilidade relativa dos gêneros; recorrência e tipificação. Ao tratar da diagramação das capas de jornal, nos apoiamos em autores como Silva (1985), Ferreira Jr. (2003) entre outros.

1.1. Pressupostos teóricos

Ao questionar qual é a realidade fundamental da língua e o seu modo de existência, Bakhtin (1986, p. 123) observou que

“a verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas linguísticas nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da *interação verbal*, realizada através da *enunciação* ou das *enunciações*. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua”.

Dessa forma, a língua é compreendida na teoria bakhtiniana como uma atividade social em que a enunciação ou o processo é mais importante que o enunciado, o produto. Para Bakhtin (1986, p. 124), a língua vive e evolui

historicamente e suas leis são essencialmente sociológicas. “As relações sociais evoluem, a interação social evolui no quadro das relações sociais e as formas dos atos de fala evoluem em consequência da interação verbal”. Esse processo evolutivo reflete-se na mudança das formas da língua.

Central na visão bakhtiniana de linguagem é a noção de dialogismo. Bakhtin (1992, p. 294) afirma que o diálogo é a forma clássica da comunicação humana, pois

“todo enunciado (...) comporta um começo absoluto e um fim absoluto”, porém, “antes de seu início, há os enunciados dos outros, depois de seu fim, há os enunciados respostas dos outros (ainda que seja como uma compreensão responsiva ativa muda ou como um ato-resposta baseado em determinada compreensão)”.

Compartilhando dessa noção de língua como interação defendida por Bakhtin, Marcuschi (2005, p. 20) acrescenta que o texto é o próprio lugar da interação e que as “nossas manifestações verbais mediante a língua se dão como textos e não como elementos linguísticos isolados. Esses textos são enunciados no plano das ações sociais situadas e históricas”. O texto não é um produto, mas um processo e está em constante elaboração ao longo da história, diz Marcuschi (2004).

A língua está presente em todas as esferas da atividade humana e cada uma dessas esferas cria “seus tipos relativamente estáveis de enunciados”, os quais são denominados, pelo autor, gêneros do discurso (Bakhtin, 1992, p. 279). Cada esfera da atividade humana comporta um repertório de gêneros que se diferenciam e se ampliam à medida que a própria esfera se desenvolve e se torna mais complexa.

De acordo com Bakhtin (1992, p. 302), os gêneros organizam nossa fala da mesma maneira que o fazem as formas gramaticais. Moldamos nossa fala às formas de gênero de modo que, ao ouvir a fala do outro, pressentimos-lhe o gênero, a estrutura composicional e somos sensíveis ao todo discursivo. As formas do gênero às quais modelamos nossas falas são maleáveis, mais plásticas e mais livres que as formas da língua.

O fato é que o gênero, como um fenômeno que se localiza entre a língua, o discurso e as estruturas sociais, tornou-se uma noção central na definição da própria linguagem (MEURER, 2005), que é uma forma de ação orientada por

uma finalidade específica. Interagir pela linguagem significa realizar uma atividade discursiva: dizer alguma coisa a alguém, de determinada forma, num determinado contexto e em determinadas circunstâncias de interlocução. Todo discurso materializa-se através de textos e estes consistem em um todo significativo, qualquer que seja sua extensão. Os textos, por sua vez, concretizam-se através dos gêneros textuais. Essa noção de gênero é usada pela Antropologia, pela Retórica, pela Sociologia, pela História, pelo Jornalismo, pela Linguística, etc.

Apesar das reflexões sobre gêneros não terem iniciado com Bakhtin, como nos avisa Marcuschi (2004, p.37), seus estudos sobre os gêneros do discurso e suas ideias de que a enunciação é de natureza social, de que só nos comunicamos através de gêneros, de que todos os gêneros são formas plásticas, flexíveis, bastante livres, mas “relativamente estáveis”, o próprio “dialogismo”, ou seja, a ideia de que todo enunciado é sempre dirigido de alguém para alguém, o que representa uma visão de linguagem como atividade interativa e não como forma ou sistema, tiveram grande importância na concepção de gênero das novas perspectivas de estudos que inauguraram o movimento chamado Nova Retórica.

Uma das escolas influenciadas pelas ideias de Bakhtin é a americana, cuja teoria, adotada em nossa pesquisa, é essencialmente social, histórica e cultural e os gêneros são vistos como formas de ação social ou como artefatos culturais passíveis de mudança. Entre os representantes da Escola Americana, Carolyn Miller e Charles Bazerman se destacam como mais influentes. A definição de gênero de Miller como uma forma de ação social relativiza-o e o torna dependente da estrutura e complexidade de cada sociedade, dando-lhe nova consistência e situando-o no âmago da realidade social (MARCUSCHI, 2004, p. 15).

De acordo com Miller (1984; 2009), aprender um gênero não significa aprender um conjunto de padrões formais para atingir objetivos, mas sim aprender quais propósitos pode-se ter em uma determinada sociedade, o que equivale a dizer: gêneros são formas de inserção sócio-cultural.

Citando a abordagem de gênero de Campbell e Jamieson (1978 apud MILLER, 2009, p. 23), a autora afirma que

“um gênero não consiste meramente em uma série de atos em que certas formas retóricas recorrem (...). Antes um gênero é composto de uma constelação de formas reconhecíveis ligadas umas às outras por uma dinâmica interna”.

Segundo Miller, essa dinâmica interna “funde” características substantivas, estilísticas e situacionais. Tal fusão tem caráter de uma “resposta” retórica a “demandas” situacionais. E comentando a posição de Bitzer sobre gêneros, Miller (2009, p. 23) explica:

“dia a dia, ano a ano, situações comparáveis ocorrem, levando a respostas comparáveis”. As respostas comparáveis, ou formas recorrentes, se tornam uma tradição que depois “tende a funcionar como uma restrição sobre qualquer nova resposta na forma”.

Desse modo, os “discursos enquanto gêneros consolidados vão se firmando em convenções sociais recorrentes sempre reproduzidas e até ritualizadas, que obtém os mesmos efeitos em situações similares”, diz Marcuschi (2004, p. 18) ao analisar a teoria de Miller.

A noção de recorrência é um aspecto central na teoria de Miller que considera a forma interna dos gêneros, porém não atribui somente a ela a consistência e a condição genérica; essas se dão especialmente pelo fato dos gêneros recorrerem. Na verdade, o que é importante sobre as situações retóricas para uma teoria dos gêneros é que elas são recorrentes, pois “a existência do recorrente fornece *insight* à condição humana”, diz Miller (2009, p. 30) citando Campbell e Jamieson (1978). A “recorrência é inferida pela nossa compreensão de situações como sendo de alguma forma, comparáveis a outras situações”, porém, “como situações objetivas são únicas, elas não podem ocorrer de novo.”

Como a ação humana é baseada e guiada por significado, também consiste em um processo de interpretação. Dessa forma, antes de agir, interpretamos o ambiente e definimos ou determinamos a situação utilizando nosso estoque de conhecimentos para relacioná-lo a novas experiências que se tornam familiares através do reconhecimento de similaridades que se constituem como um tipo. Embora nosso estoque de conhecimentos seja bastante estável, quando as tipificações já existentes não dão conta de uma

nova situação, um novo tipo é formado. “É através do processo de tipificação que criamos recorrência, analogias e similaridades”, explica Miller (2009, p. 31).

Para Bazerman, gêneros são tipificações dinâmicas, interativas e históricas e só podemos chegar a uma compreensão profunda dos mesmos, se os compreendermos como *fenômenos de reconhecimento psicossocial* que fazem parte de processos de atividades socialmente organizadas (BAZERMAN, 2005, p. 31).

Os textos quando bem sucedidos consistem em *ações sociais* significativas realizadas pela linguagem, ou *atos de fala*. De acordo com Bazerman (2005, p. 22),

“os atos de fala realizam-se através de formas padronizadas, típicas e, portanto, inteligíveis, ou *gêneros*, que estão relacionadas a outros textos e gêneros que ocorrem em circunstâncias relacionadas. Juntos, os vários tipos de textos se acomodam em conjuntos de gêneros dentro de um *sistema de gêneros*, os quais fazem parte dos *sistemas de atividades humana*”.

Para Bazerman, os gêneros são de fato sistemas de ação social baseados em situações e padrões interpretativos recorrentes mediante produções textuais históricas também recorrentes. Um exemplo dessa posição é seu estudo sobre o gênero “patente”, no qual o autor mostra a forma característica deste gênero e a sua evolução desde sua origem no início do século XIX.

A respeito da classificação dos gêneros, Miller (2009, p. 22) reconhece que não é fácil classificar, embora seja necessário, e defende que “uma definição retoricamente válida de gênero precisa ser centrada não na substância ou na forma do discurso, mas na ação que é usada para sua realização”. Assim, a autora examina a conexão entre o gênero, a recorrência de situações e a maneira em que se pode admitir que o gênero sirva para representar uma ação retórica típica (MARCUSCHI, 2004, p. 17).

Bazerman (2005, p. 38) chama a atenção para o fato de se ver os gêneros apenas como uma coleção dos elementos característicos e distintivos pelos quais são reconhecidos e os quais parecem dizer muito sobre a sua função. Realmente muito pode ser aprendido, procedendo dessa maneira. Mas como os gêneros são categorias sócio-histórico-interativas sempre em mudança e não são cristalizações formais no tempo, a definição de gênero apenas pelo

seu caráter formal ignora tanto o papel dos indivíduos no uso e na construção de sentidos, como as diferenças de percepção e compreensão, o uso criativo da comunicação para satisfazer novas necessidades percebidas em novas circunstâncias e a mudança no modo de compreender o gênero com o decorrer do tempo.

Assim, Bazerman (2005, p. 40 - 45) afirma que uma abordagem para analisar e identificar gêneros não deve se limitar a catalogação de seus elementos característicos e sugere a seguinte série de abordagens:

- a) para *ir além dos elementos característicos*, pode-se usar uma variedade de conceitos analíticos linguísticos, retóricos ou organizacionais menos óbvios no exame de uma coleção de textos de um mesmo gênero;
- b) para *considerar as variações em diferentes situações e períodos* (olhar historicamente) pode-se estender a amostra para incluir maior número e variedade de textos considerados do gênero;
- c) para *entender o modo como as pessoas compreendem um gênero*, é preciso colher informações não só sobre os textos, mas também sobre como as outras pessoas entendem tais textos e uma forma geral de fazer isso é pedir às pessoas que nomeiem os tipos de textos com os quais trabalham e assim tem-se um conjunto de gêneros;
- d) para ir além da compreensão explícita do que as pessoas nomeiam em uma determinada área e *visualizar toda a gama de práticas implícitas*, pode-se fazer uma pesquisa etnográfica no local de produção, distribuição ou uso dos textos.

Bazerman (2005) oferece ainda as seguintes diretrizes metodológicas para definir e realizar uma investigação sobre gênero:

- a) *Enquadramento dos propósitos e questões para delimitar o foco*. Em qualquer tipo de pesquisa, a mais importante tarefa é saber que perguntas se espera responder;

- b) *Definição do corpus*. Sabendo o que se procura e por que, parte-se para tarefa seguinte que é identificar os textos ou coleções destes. O tamanho da amostra deve ser grande o suficiente de modo que, mesmo o acréscimo de mais exemplares, dificilmente implicará maiores novidades ou variações.
- c) *Seleção e aplicação das ferramentas analíticas*. É preciso selecionar entre as várias abordagens para reconhecer um gênero, sugeridas pelo autor, as ferramentas apropriadas aos objetivos da investigação.

Cada uma das propostas de Bazerman (2005) apresentadas acima representa uma forma de abordar os gêneros cientificamente e uma pesquisa pode contemplar mais de uma delas. Conforme descrevemos no item *Análise dos dados* na *Introdução* deste trabalho, em nossa investigação sobre o gênero capa de jornal, além de seguir as diretrizes metodológicas oferecidas por Bazerman, optamos por duas das abordagens sugeridas pelo mesmo autor: a) a caracterização do gênero com base em aspectos funcionais e organizacionais; e b) a análise das variações ao longo do tempo.

Como são objetos históricos, os gêneros variam, desaparecem, reaparecem sob novas formas, aparecem outros novos e tudo isso torna difícil o estabelecimento de fronteiras fixas entre os mesmos. Diante dessa dificuldade, em vez de buscar classificações e modelos rígidos, é preferível considerar que tais fronteiras são transitórias e dinâmicas e que a variação e multiplicidade de ocorrências de um mesmo gênero não impedem reconhecer sincrônica e diacronicamente os traços essenciais de sua identidade.

1.2. Apresentando o gênero capa de jornal

O fato de uma ação comunicativa adquirir um nome comum dentro de um determinado contexto ou comunidade é sinal de que está funcionando como gênero, diz Miller (2009, p. 62). Por outro lado, Bazerman (1994 apud CARVALHO, 2005, p. 135) afirma que enquanto uma forma textual não é reconhecida como sendo de um tipo e tendo determinada força, não tem *status*

nem valor social de gênero. Para ele, um gênero só tem existência quando seus usuários o reconhecem e o distinguem.

A capa de jornal conquistou esse *status*, pois já se tornou um termo comum no âmbito do jornalismo. Em diversos sites de jornais brasileiros, como o da Folha de S. Paulo, do Jornal do Commercio de Pernambuco e do Diário de Pernambuco, entre outros, pode-se acessar um link, geralmente com a denominação “capa” ou “capa da edição do dia”, e ver as capas das edições impressas. Também livros dedicados à capa de jornal já foram editados como é o caso do “Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico visual” de Ferreira Jr. (2003).

Nicolau Sevcenko (FOLHA DE SÃO PAULO, 2006, p. 09) define a primeira página ou capa de jornal como

“uma história truncada, uma atividade fragmentária e de um mundo caótico: eis o que parece uma equação sinistra. Mas é desse amálgama incongruente que se nutre a primeira página de um jornal, nós a vemos todos os dias e nem por isso ela nos espanta. Ao contrário, nos atrai, seduz, encanta. Ou nos revolta, inquieta, transtorna. De qualquer forma, constitui uma experiência emocionante e imprescindível do nosso cotidiano.”

E auxiliando-se da canção *Alegria, alegria* de Caetano Veloso (“O sol nas bancas de revista / me enche de alegria e preguiça / quem lê tanta notícia? / Eu vou por entre fotos e nomes / Os olhos cheios de cores), o historiador Sevcenko (apud Ferreira Jr., 2003, p. 61), ressalta o magnetismo gráfico-visual causado pela exposição das capas nas bancas de jornal.

Segundo Bazerman (2005, p.38) a capa de jornal, “como a maioria dos gêneros, tem características de fácil reconhecimento” e tais características estão “relacionadas com as funções principais ou atividades realizadas pelo gênero”. A capa de jornal, gênero muito claro e definido em suas rotinas, é identificável pela maioria dos indivíduos que tem acesso à cultura impressa.

Quadro 1: Capas de jornais de vários países

(Livorno/Itália)



(Namibia/África do Sul)



(Spokane/USA)



(Tokyo/Japão)



(Melbourne/Austrália)



1

Se observarmos capas de jornais de países dos vários continentes, como as do quadro 1, saberemos muito sobre a organização e o conteúdo de cada jornal. Teremos também, como diz Bazerman, uma idéia sobre como são os textos, em qual estilo estão escritos e como estão organizados, e ainda saberemos onde encontrá-los dentro do jornal.

¹ Disponível em www.newseum.org/todaysfrontpages/flash Acesso em: 09/04/2009.

Bazerman (2005, p. 38) acrescenta que as manchetes apresentam os acontecimentos e notícias mais importantes por isso são elaboradas em letras grandes e em negrito para atrair a atenção dos leitores que poderão querer ler mais a respeito. A data e o lugar indicam ao leitor de que lugar do mundo vem a notícia e isso só se tornou possível depois da criação do telégrafo e de outras formas de comunicação à distância, as quais transformaram o jornal em mais que um simples noticiário local. A leitura das chamadas de capa aguça a curiosidade do leitor e o ajuda a decidir-se por ler mais em busca de detalhes. Concordamos com a afirmação de Bazerman (2005, p. 38) de que todas essas características direcionam a forma como nós usamos o jornal.

O design gráfico e a foto que apóiam e intensificam as manchetes e títulos das capas são importantes pelo fato da apresentação visual ter um papel essencial, e cada vez mais preponderante, em qualquer meio impresso que tenha como função primordial a comunicação. Os editores procuram, ao máximo, tornar as capas, sejam de jornais ou de revistas, atrativas e persuasivas, pois segundo Heberle (2004, p. 91), “a capa é um gênero que funciona como uma das mais importantes propagandas”. Já para Casa Nova (1996, p. 74-75), a capa, desde a época dos almanaques de farmácias no Brasil, como por exemplo, *A Saúde da Mulher* de 1925 ou aqueles da década de quarenta, constituía um “cartão de visita”.

Scalzo (2003) diz que não há boa revista, e nós acrescentamos, nem jornal, sem uma boa capa. Esta ajuda a conquistar leitores e convencê-los a levar a publicação para casa. Principalmente quando se trata de exemplares vendidos em banca, a capa é o elemento persuasivo principal para a aquisição.

Não há dúvida de que o trabalho dos editores na elaboração da capa do jornal é importante para a venda da publicação, pois muitos leitores que não chegam decididos às bancas por qual jornal comprar, farão a sua escolha através das capas em exposição. Além do mais, as capas podem representar um roteiro de leitura para quem não quer ou não dispõe de tempo para ler todas as matérias.

De fato, não é novidade que “as matérias publicadas na capa de jornal possuem maiores chances de chamar a atenção das pessoas, para que leiam todo o conteúdo do jornal, partes dele ou somente as chamadas”, como diz Mamede-Neves et al (s.d.). Em estudo realizado, a pesquisadora constatou que

jovens universitários do Rio de Janeiro têm consciência da grande oferta de jornais nas bancas da cidade e para eles, ler as capas mesmo apressadamente, é uma forma de se atualizarem, de inteirar-se, ainda que superficialmente, sobre os principais acontecimentos da atualidade. Portanto, a capa é essencial.

A imprensa brasileira vem ao longo do tempo desempenhando um papel de destaque na veiculação de informações e na formação de opinião de grandes setores da população. Segundo Grillo (2004), desses dois propósitos, prevalece a função informativa enquanto objeto primordial, visto que as instâncias de produção e de reprodução da imprensa se identificam na questão básica de saber o que está acontecendo na atualidade. Já Charaudeau (1997 apud GRILLO, p. 2004) questiona o objetivo informativo da imprensa e destaca o objetivo de captar o leitor, uma vez que se trata de uma empresa e de consumidores a serem conquistados e mantidos. Nesse sentido, o gênero capa de jornal cumpre as duas funções: a de informar sobre o conteúdo veiculado no jornal e a de atrair os leitores para a compra e leitura.

Os gêneros provêm do uso comunicativo da língua em sua realização dialógica e um aspecto essencialmente marcante do enunciado, como diz Marcuschi (2000), é o “querer dizer” ou o “intuito discursivo” que determina tanto os limites do enunciado como a escolha do gênero. A escolha de um gênero implica uma forma de inserção social e de execução de um plano comunicativo intencional.

Assim, o gênero capa de jornal desempenha uma função pragmática, pois além de criar uma situação de comunicação, permite ao sujeito enunciatário atingir o seu enunciatário, implicando-o, seja pelo assunto (tema), seja pela forma de apresentação. Nesse sentido, podemos afirmar que a capa de jornal tem um caráter dialógico, afinal constitui uma estratégia a serviço das intenções do sujeito enunciatário que pretende influir sobre o leitor, interessá-lo, senão convencê-lo, numa situação real de interlocução.

Por isso, inserir uma capa de jornal numa situação real de interlocução equivale a considerar o momento de produção como eminentemente interativo: o produtor da capa de jornal apresentada na figura 1, por exemplo, com o propósito de comunicar a principal notícia da edição, o atentado às torres do World Trade Center e ao Pentágono em 11 de setembro de 2001, bem como

de atrair os possíveis leitores do jornal, dirigiu-se aos mesmos, que por sua vez, formularam seus projetos (intenções) de leitura: buscar informações sobre o acontecimento.

DP 12/09/2001



Fig. 1

O produtor da capa, no desejo de fazer coincidir os dois projetos enunciativos, se serviu de estratégias retóricas já convencionadas como o uso de imagens, manchetes, chamadas, diagramação, etc. A escolha de tais estratégias dependeu, sobretudo, a) da ideia que o produtor da capa fez da expectativa dos leitores potenciais do jornal quanto ao tema e à forma de abordá-lo; o grande espaço na capa dedicado à notícia já indica a importância dada a ela, bem como a intenção de levá-la ao leitor; b) da ideia que desejou

criar sobre o jornal, confiança e fidedignidade, por exemplo; e c) do tipo de leitor, bem informado, crítico, etc, que desejou construir no seu texto, na expectativa de que ele corresponda à idéia que o leitor real fez ou gostaria de fazer de si próprio (Coracini, 1989).

Tudo isso nos leva às afirmações de Bazerman (2006, p. 23) de que o gênero consiste em ação social significativa realizada pela linguagem através de forma padronizada, típica e inteligível, de que “gêneros são *frames* para a ação social”. São os lugares onde o sentido é construído e, portanto, para onde nos dirigimos na intenção de criar ações comunicativas. Eles moldam os pensamentos que formamos e as comunicações através das quais interagimos; são ações tipificadas pelas quais podemos tornar nossas intenções e sentidos inteligíveis.

No mesmo sentido, Marcuschi (2000, p. 04) afirma que “ao dominarmos um gênero, não dominamos uma forma linguística, mas sim, uma forma de realizar linguisticamente objetivos específicos em contextos particulares”. Esta afirmação é corroborada por Bronckart (1999, p. 103), quando diz que “a apropriação dos gêneros é um mecanismo fundamental de socialização, de inserção prática nas atividades comunicativas humanas.”

O jornalismo² é uma espécie de produtor de imagens que visa provocar os sentimentos dos leitores que não se conhecem, mas que reagem da mesma forma. Os jornais, de uma maneira geral, não só falam do mundo como também participam efetivamente da produção da imagem que todos nós temos da realidade, do cotidiano, das personalidades. A capa de jornal é um gênero jornalístico e, como tal, reflete as condições específicas e as finalidades da esfera jornalística, não apenas pelo seu conteúdo temático ou estilo verbal, mas também e, sobretudo, como disse Bakhtin (1992, p. 279), pela sua construção composicional e, como já foi mencionado, se relaciona com outros gêneros que ocorrem em circunstâncias análogas (BAZERMAN, 2005, p. 22).

² Ao longo do trabalho, usaremos o termo jornalismo no sentido de jornalismo impresso.

1.3. A organização das capas do Diário de Pernambuco

Um fenômeno corriqueiro, que pode ser observado em diversos lugares, é um grupo de pessoas reunidas em frente a uma banca de jornal atraídas hipnoticamente pelas manchetes das capas de jornal expostas. Para Silva (1985, p. 13), a razão de tal comportamento automático e espontâneo, é sem dúvida, a força do discurso gráfico, que é fundamentalmente subliminar. E é na diagramação que se concentra toda a força do discurso gráfico.

Desde o surgimento dos veículos de comunicação de massa eletrônicos, revolucionando a comunicação humana através da instantaneidade da informação provocada pelo som e pelo movimento da imagem, o comportamento da apresentação visual e editorial na veiculação impressa foi radicalmente alterado (SILVA, 1985, p. 38). Jornais de todo o mundo sofreram o impacto e a concorrência sufocante desses canais de comunicação e foram forçados a encontrar uma forma eficiente de sobrevivência. A partir daí houve uma verdadeira revolução em toda a estrutura editorial e gráfica dos jornais. Sob o bombardeamento de imagens proporcionado pela televisão e pelas revistas, a enunciação nos periódicos diários mudou e o “design³ passou a ser uma exigência” (FREIRE, 2009, p. 301).

Conforme já dissemos, a capa de jornal funciona como uma espécie de vitrine nas bancas e é o primeiro elemento de atração visual para o leitor. Acredita-se então, que, muitas vezes, é através da capa que o leitor se decide ou não pela compra do jornal, pois nela encontra uma relação entre o que deseja ler e o conteúdo do jornal que está apresentado.

Assim, diante da importância da capa de jornal na conquista do leitor, o jornalista/designer deve se empenhar na distribuição adequada e visualmente agradável dos elementos gráficos. Primeiramente, deve ser definida qual informação será a principal da edição e a partir daí, é feita a escolha dos elementos que reforçarão a mensagem como as imagens, as cores, a

³ Até meados da década de 90, a articulação de fotos, ilustrações, textos, cores e formatos com o conteúdo na página, ou seja, o projeto gráfico era tratado como diagramação. Segundo Moraes (apud SANTOS, 2005), com o advento das novas tecnologias de comunicação, editoração e impressão, o termo diagramação foi substituído por Design de Página. Neste trabalho, usaremos os dois termos.

tipografia, a aplicação e o uso dos princípios básicos da diagramação: unidade e ritmo, equilíbrio, harmonia, simetria e assimetria, agrupamento, contraste, legibilidade.

A *diagramação* é o desenho prévio da disposição de todos os elementos que integram as páginas do jornal, é a combinação dos elementos gráficos com a técnica. Graças à utilização de recursos gráficos é que se consegue dar o desejável equilíbrio a uma capa de jornal, residindo nesse pormenor a própria personalidade dos veículos gráficos. Com a crescente informatização das redações, o processo de diagramação eletrônica foi reduzido a um boneco da página feito pelo próprio editor.

A diagramação visa dar às mensagens a devida estrutura visual a fim de que o leitor possa discernir, rápida e confortavelmente, aquilo que para ele representa algum interesse. Segundo Voyenne (1962 apud AMARAL, 1986),

capaz de fascinar, a diagramação é também capaz de enganar. Agradável, pode ser fútil, sedutora; pode ser demagógica; atrativa, pode ser simplesmente comercial e, sabendo provocar e concentrar o interesse, ela sabe também como dispersar e, assim dissolver.

Numa capa de jornal, facilmente poderemos identificar as seguintes zonas de visualização: a) zona primária; b) zona secundária; c) zonas mortas; d) centro ótico e e) centro geométrico (SILVA, 1985). A zona primária (lado superior esquerdo da página) deve conter um elemento forte para atrair a atenção e o interesse do leitor. Esse elemento pode ser uma foto, um texto, um grande título. A diagramação deve ocupar as zonas mortas (lado superior direito e lado inferior esquerdo da página) e o centro ótico (centro real de qualquer peça impressa situado um pouco acima do centro geométrico no cruzamento das diagonais) com aspectos atrativos para que a leitura se torne ordenada, rápida e agradável, sem o deslocamento brutal da visão do leitor.

A configuração da capa, por meio do posicionamento e da articulação dos seus diversos recursos expressivos (manchetes, fotos etc.), é um dos aspectos mais característicos do modo de significar da imprensa cotidiana, como podemos constatar na capa da edição do Diário de Pernambuco (fig. 2) do dia 22 de abril de 1985, que anunciou a morte do presidente Tancredo Neves.

Visando a rota instintiva da visão do leitor que se desloca em diagonal do lado superior esquerdo para o lado inferior direito, o Diário de Pernambuco estampou uma foto grande de Tancredo no centro ótico da página com a legenda “Tancredo Neves faleceu, ontem, às 22h23m, no Instituto do Coração, em São Paulo, depois de 38 dias de lenta agonia”. Abaixo, uma foto menor de Sarney com a seguinte legenda: “Após ser informado do falecimento de Tancredo Neves, Sarney dirigiu-se ao Palácio do Planalto para falar à nação”. Acima da foto do presidente, a manchete principal em letras grandes: “*Termina martírio de Tancredo Neves*”.

DP 22/04/1985



Fig. 02

Acima da manchete principal, o seguinte antetítulo destacado entre linhas horizontais: “*Coração da Nova República deixa de bater*”. Ao lado esquerdo da

foto principal, em coluna vertical, chamadas para depoimentos do então governador de Pernambuco Roberto Magalhães e do sociólogo Gilberto Freyre nas páginas internas do jornal. Do lado direito, outra chamada com um texto maior resumindo a doença e a morte do presidente. Tratando-se de uma situação especial, o Diário publicou, excepcionalmente em sua capa, um editorial com o título “*Tancredo Neves*”. No lado esquerdo inferior, algumas chamadas para outras notícias que não dizem respeito à morte do presidente.

Conforme podemos observar na descrição acima, a disposição dos elementos na capa de jornal tem um significado, um propósito comunicativo, é intencional e visa ordenar a percepção do leitor. Nada é inocente e tudo é, como uma espécie de mosaico, matematicamente calculado. Através de formulações verbais e da diagramação, ou seja, a escolha dos caracteres, da fotografia, da importância dada a cada elemento, da hierarquização das informações, o produtor da capa de jornal, acima destacada, conseguiu dar a mesma, unidade, ritmo e legibilidade.

1.3.1. Aspectos gráficos

Os principais aspectos gráficos que compõem uma capa de jornal são a *tipografia*, as *imagens* e as *cores*.

A *tipografia* compreende várias operações que conduzem a impressão dos textos, desde a criação de caracteres, à composição e impressão, de modo que resulte em um produto adequado, legível e agradável (SILVA, 1985), portanto tem papel fundamental na produção das capas de jornal bem como de qualquer peça impressa.

Nesse sentido, Van Leeuwen⁴ (2005, p. 137) chama a atenção para o fato das letras poderem se tornar significantes. Para ele, a comunicação visual e a escrita formam uma unidade inseparável e citando Bellantoni e Woolman (2000, p. 6), Van Leeuwen⁵ diz que a palavra impressa tem dois níveis de

⁴ Tradução do original: “... through calligraphy and typography that visual communication and writing form an inseparable unity.”

⁵ Tradução do original: “Bellantoni and Woolman (2000: 6) have written that the printed word has two levels of meaning, the ‘word image’, the idea represented by the word itself, constructed from a string of letters, and the ‘typographic image’, the ‘holistic visual impression’.”

significado: o da palavra imagem, representada pela palavra em si e a imagem tipográfica, a impressão visual global.

Stochl (2005, p. 204)⁶ também reconhece o papel comunicativo da tipografia já que ela é condição material de qualquer texto escrito. Esse autor nos lembra de que não há discurso oral sem qualidades de voz, como não há documento escrito sem “tipo-qualidades gráficas”. Assim, tanto a prosódia quanto a tipografia são indispensáveis qualidades verbais. Em uma capa de jornal, podemos observar aspectos da tipografia tais como: a fonte, o corpo, o alinhamento, o entrelinhamento, o espacejamento, etc.

As *imagens* além de embelezarem plasticamente a capa de jornal, muitas vezes, “carregam toda a carga emocional e informativa de uma ação ou de um fato qualquer, dispensando outro tipo de informação complementar, seja ele através de um texto, título ou legenda”, assegura Silva (1985, p. 120).

Para White (2006, p. 143), as imagens são rápidas, emocionais, instintivas, despertam a curiosidade e introduzem o observador na informação. Assim como os outros elementos gráficos que fazem parte da diagramação, o uso das imagens está ligado e submetido aos mesmos princípios de equilíbrio e harmonia.

As *cores* são, sem dúvida, muito importantes na elaboração de uma capa de jornal, pois proporcionam mais vida aos demais elementos gráficos e transmitem sensações e reações. No âmbito da impressão, afirma White (2006, p. 201), as cores não são um recurso apenas estético, mas sim uma técnica racional a ser aplicada com objetivos funcionais, como identificação, ênfase, organização, persuasão.

Elas podem melhorar as imagens e ser agradáveis à vista, porém como diz White (2006, p. 201),

“usá-las com habilidade pede muito mais do que simplesmente colocar um título em azul; (...) elas devem ter um sentido mais amplo associado ao significado e que se afine com ele. Essa utilidade prática é mais valiosa para o leitor do que a beleza das cores, por mais estimulantes que elas possam ser”.

⁶ Tradução do original: “Those that view typography as the ‘body’ assume that it is the material precondition of any text. Just as there is no speech without voice qualities and intonation, there is no written document without (typo)-graphic qualities. In this sense, both typography and prosody are indispensable paraverbal qualities, which would seem inherently tied to various linguistic and pragmatic levels of an utterance.”

Na diagramação, jornalistas/designers utilizam dois estilos básicos de planejamento gráfico, o simétrico e o assimétrico, que imprimem à publicação harmonia de formas, unidade, ritmo e equilíbrio. Em estudo sobre capas de jornal, Ferreira Júnior (2003, p. 79) destaca que, ao se visualizarem as capas dos jornais, surgem caracterizados dois tipos de capas: a mais ordenada, que tem equilíbrio do texto verbal e dos recursos visuais; e outra mais orgânica, onde, por vezes, um único elemento gráfico é capaz de tomar conta da página inteira (assemelhando-se a um cartaz). Ao longo de 180 anos do Diário de Pernambuco predominam as capas mais ordenadas.

DP 17/04/2004



Fig. 3

O topo da capa do Diário de Pernambuco de 17 de abril de 2004 (fig. 3) foi ocupado pelo nome do jornal em letras azuis e pelo logotipo dos 178 anos

do Diário, no qual constam a imagem do prédio, na Praça do Diário, onde funcionou o jornal durante um longo período, e a indicação “178 anos” . Logo abaixo, o slogan “O jornal mais antigo em circulação na América Latina” e na linha seguinte a frase em letras pequenas: Fundador dos Associados: Assis Chateaubriand. À esquerda, o local, a data e o número da edição. Logo abaixo, em uma faixa azul a chamada para o Caderno de Classificados: “Classilíder, o maior e melhor caderno de classificados”. Uma foto de jogadores de futebol ocupa a parte superior esquerda da capa e à direita, a chamada “Sport perde para Remo e tem terceira derrota seguida”. Ainda na parte superior direita, uma chamada com letras menores “Futebol participativo no DP”.

No centro da página, a manchete principal em letras grandes e pretas, em caixa alta e baixa e com alinhamento justificado: “Chuva atinge 80 casas e deixa 246 **desabrigados** em Goiana”. O uso do negrito na palavra-chave **desabrigados**, serve como um recurso a mais para chamar a atenção do leitor. Logo abaixo da manchete, o subtítulo em letras menores: “Canal que corta o município transbordou e nível de água subiu cerca de quatro metros em poucas horas”.

Já na metade inferior da capa e interagindo com a manchete, uma foto com a legenda “**Ruas** de Goiana se transformam em verdadeiros rios e moradores tiveram que se locomover de canoas”. Na foto, a inundação da cidade de Goiana. Mais uma foto abaixo, cuja legenda “Apesar da chuva, 20 mil pessoas lotaram ontem à tarde o pátio e a basílica de Nossa Senhora do Carmo para a missa e a procissão da padroeira do Recife” traz no *olho*⁷, o tema “Religiosidade” destacado pela cor vermelha e em negrito. Uma chamada à esquerda e um conjunto de mais quatro chamadas para matérias diversas à direita, todas com títulos justificados à direita, em letras em negrito e bem menores que as usadas na manchete. Completam a capa dois anúncios publicitários e uma chamada para o encarte “Diarinho”. Na última linha, informações sobre tiragem, telefones e endereço do Diário compõem o expediente.

É interessante observar como o uso variado do tamanho das fontes e negritos está relacionado à importância dada pelo produtor da capa à cada

⁷ Conforme Silva (1985, p. 142), “pequeno texto ou título que antecede um título maior ... serve para despertar a atenção do leitor para a leitura.”

notícia. Também as cores e quadros destacam e hierarquizam informações influenciando a leitura. O espaçamento entre os diversos itens, bem como a distribuição, o alinhamento e o entrelinhamento dos títulos e textos conferem equilíbrio à capa. As imagens dinamizam a capa e por serem informativas e documentais, dão credibilidade ao jornal.

Estabelecer um padrão gráfico é de grande importância para o jornal, pois ele representará para o consumidor (leitor) a imagem do jornal, com embalagem e conteúdo eficientes. A capa do jornal representa essa embalagem, pois reúne características e atrativos através dos quais o leitor pode identificar o jornal e detém os maiores recursos persuasivos para posterior leitura de todo o jornal.

DP 01/02/2005



Fig. 4

A capa do Diário de Pernambuco de 01 de fevereiro de 2005 (fig. 4) trouxe o nome do jornal em letras maiúsculas e azuis na parte superior com um logotipo dos 180 anos do jornal no lado esquerdo. Logo abaixo do nome do jornal, a frase em letras pequenas: “Fundador dos Associados: Assis Chateaubriand”. Na linha mais abaixo, à esquerda, o local, a data e o número da edição; no centro e em negrito, o slogan: “O jornal mais antigo em circulação na América Latina – 179 anos de credibilidade”; e à direita, o preço e o endereço eletrônico. No centro, dividindo a capa horizontalmente, a manchete principal em letras grandes, pretas e centralizadas: “Prévias registram 82 casos de violência em Olinda”. Acima da manchete principal, uma foto com um texto destacado em um box à direita cujo título é “Santa e Sport ficam no 0 x 0”.

Na parte inferior da capa, destacado em outro box, um conjunto formado por uma foto com a legenda “**Bonecos** gigantes de assistas de frevo são instalados no rio Capibaribe, no Centro do Recife”; uma chamada cujo título é “Montagem do galo fecha ponte, ruas e avenidas” e outras duas chamadas, com fontes menores, relacionadas ao mesmo tema: carnaval. A capa ainda traz outras chamadas para matérias à esquerda e à direita na parte inferior e anúncios publicitários. No final da página, dentro de uma faixa azul, informações sobre o caderno de anúncios classificados, o código de barras e informações sobre número de exemplares, telefones e endereço do Diário de Pernambuco.

Como em toda prática social estabelecida, o produtor da capa de jornal é fiel a uma organização padrão com a qual os interlocutores, leitores potenciais do jornal, já estão familiarizados. Conforme vimos na descrição acima, as capas têm uma organização retórica recorrente que funciona como propaganda do jornal. Além de divulgarem os “acontecimentos”, enfatizam, através de componentes linguísticos e visuais, a importância do seu conteúdo para quem queira consumi-los.

O emprego de letras, com variações nos títulos, legendas e textos, confere contraste entre os elementos e ritmo de leitura às capas. Já as fotografias dão movimento e emoção e isso atrai a atenção do leitor. Elas revelam dados complementares e comprobatórios sobre o fato jornalístico que

auxiliam o leitor na compreensão. Nas legendas encontramos a informação principal da foto, mas não uma mera descrição da imagem.

A descrição acima também revela que a diagramação das capas é diferente todos os dias, mas sempre há um *ar de família* entre a capa de hoje, e a de ontem, a de anteontem e assim sucessivamente. Isso ocorre, segundo Erbolato (1981, p. 64), em virtude da “utilização permanente de tipos semelhantes e seguindo-se a mesma filosofia, ou seja, o mesmo critério jornalístico”. Dentro do estilo estabelecido, a variação de recursos técnicos é necessária. Algumas vezes, inclusive, essa variação pode determinar modificação na estrutura (AMARAL, 1986, p. 70).

É justamente esse processo de buscar utilizar “formas de enunciados padronizados que reconhecidamente realizam certas ações em determinadas circunstâncias, e de uma compreensão padronizada de determinadas situações”, que Bazerman (2005, p. 29) chama de tipificação. Assim, os gêneros surgem quando as situações se tornam típicas e recorrentes. Essa noção de recorrência não se refere meramente aos aspectos formais, mas às funções e propósitos e, acima de tudo, às ações.

Vale lembrar, no entanto, que mesmo não sendo os aspectos formais, estruturais ou linguísticos, definidores dos gêneros, mas sim os aspectos sócio-comunicativos e funcionais, a forma não deve ser desprezada, pois segundo Marcuschi (2002, p. 21), em alguns casos são as formas que determinam o gênero, em outros as funções. Às vezes, no entanto, é o próprio suporte ou o ambiente em que os textos aparecem que determinam o gênero presente.

Mouillaud (2002, p. 185) chama a atenção para a convivência no jornal da retórica da palavra (discurso) e da retórica de formas. Silva (1985, p. 28) também reconhece que no jornalismo impresso coexistem a arte da palavra e a arte gráfica. Nesse sentido, a capa de jornal é antes de tudo, “alguma coisa que se vê: do todo se parte para os grandes títulos e ilustrações”. Em capas como as das figuras 3 e 4 a leitura não é necessariamente linear, ou seja, cada leitor pode fazer um percurso de leitura distinto.

Comungando do mesmo pensamento, Kelly (1972, p. 163) acrescenta que

“a arte gráfica começa pela diagramação; desdobra-se na escolha dos tipos; complementa-se na confecção das manchetes. Estabelecem-se as relações do gráfico com o assunto. (...) as ilustrações aquecem o texto; dão visualidade pronta, antes da leitura. Fotos, caricaturas, anúncios enxertam-se em meio aos textos, quebram-lhe a monotonia, imprimem movimento ao todo. Eis o grande arranjo estético, a orquestração gráfica do jornalismo. A arte gráfica se põe a serviço de atração e sugestão, em complemento da arte da palavra”.

No próximo capítulo, voltaremos nosso olhar para os componentes da capa de jornal, observando como cada um deles contribui para que ela cumpra as funções de apresentar o conteúdo do jornal e persuadir o possível leitor.

Capítulo 2

Diversidade genérica na capa de jornal

O objetivo desse capítulo é mostrar que a capa de jornal comporta uma variedade de gêneros os quais concorrem para que ela cumpra a sua função. Assim, consideramos que há, na capa de jornal, um contínuo que parte dos componentes que chamamos de *aparatos da edição*, tais como os que constituem o cabeçalho: o nome do jornal, a data, o número da edição, etc. até os gêneros que atingiram uma autonomia como as manchetes, a fotografia, a legenda e as chamadas de capa. Nesse contínuo também se inserem gêneros que, embora não sejam essenciais à composição da capa, contribuem para que ela atinja seu objetivo. Dessa forma, a noção de intergenericidade é central para o desenvolvimento desse capítulo.

2.1. Os componentes da capa de jornal

Como já mencionado anteriormente, a capa de jornal apresenta os seguintes componentes: *cabeçalho*, *manchete*, *chamadas de capa*, *fotografia e legenda*. Atualmente esses componentes ocorrem todos os dias nas capas de jornal, portanto, podem ser considerados como *fixos*. Já outros elementos identificados nas capas do Diário de Pernambuco que compõem nosso *corpus* como *anúncio publicitário*, *charge*, *editorial*, *cartaz*, *convite*, etc., cuja ocorrência não é diária e são menos essenciais na definição da capa de jornal, consideramos como *variáveis*, como podemos ver no quadro 2.

Quadro 2: Componentes da capa de jornal

Fixos	Variáveis
Cabeçalho (aparatos da edição)	Anúncio publicitário
Manchete	Charge
Fotografia	Editorial
Legenda	Cartaz
Chamada de capa	Convite
	...

Entre os componentes fixos da capa de jornal destacamos no quadro 2, o *cabeçalho*. Localiza-se no topo da capa, como se vê no destaque da figura 5 e se repete em todas as edições. É constituído pelas informações gerais sobre a publicação ou marcas de referências do jornal que chamamos de *aparatos da edição* como o nome do jornal, a data, o número da edição, o preço, o logotipo, o slogan e, algumas vezes, os nomes da chefia da equipe (do presidente, diretor, editor-chefe).

A propriedade mais trivial do *nome-de-jornal* é a de ser o primeiro elemento que um jornal oferece à visão no espaço e no tempo. Trata-se de um elemento com local bem determinado, de onde não se pode extraí-lo sob pena de perder seu sentido. Segundo Mouillaud (2002, p. 87), “o nome do jornal funciona de maneira oposta no paradigma dos jornais e na série dos exemplares. No paradigma, ele identifica o jornal por sua diferença com relação a todos os demais; na série, ele é um grampo que junta todos os exemplares”.

A *data*, o *número da edição* e o *preço* apresentam-se bem pequenos, porém, por serem elementos com local determinado na capa de jornal, são fáceis de ser notados e consultados. O *logotipo* é um símbolo que representa a empresa ou a instituição. É o design cuja imagem vem à mente imediatamente quando o nome do jornal é mencionado. Não se trata de um nome, mas de uma palavra em um monograma. Como diz Siqueira (2006, p. 2), “deve ser planejado para ter destaque e provocar impacto visual (...), normalmente vem no alto da página, fazendo parte do cabeçalho”.



Fig. 5

Já o *slogan* é a frase que traduz a missão e, em geral, vem perto do logotipo na capa do jornal. Em algumas publicações aparecem os *nomes da equipe editorial* e os respectivos cargos que são apresentados por ordem descendente de função e podem vir acompanhados pelo endereço (WHITE, 2006).

Fora o cabeçalho, todos os outros componentes encontrados na capa de jornal, destacados no quadro 2, já atingiram o status de gênero. Os que são essenciais na definição da capa como a *manchete*, as *chamadas de capa*, a

fotografia e a legenda, chamamos de gêneros fixos e os descrevemos no tópico 2.2. *Os gêneros fixos na capa de jornal*. Aqueles que ocorrem na capa de jornal, apenas ocasionalmente, como o *anúncio publicitário*, a *charge*, o *editorial*, o *convite*, etc., chamamos de gêneros variáveis e os descrevemos no tópico 2.3. *Gêneros ocasionais na capa de jornal*.

Quanto ao fato do gênero capa de jornal abrigar outros gêneros é importante dizer que se trata de uma estratégia para cumprir seus objetivos. Os diversos gêneros que nele se entrelaçam apresentam uma coerência fundamental: todos estão integrados à sua proposta geral. Melhor dizendo: há uma convergência entre os diversos gêneros presentes na capa de jornal, uma dinâmica que os une em função daquilo a que ela se propõe: informar o conteúdo veiculado no jornal e atrair os leitores para a sua compra e leitura.

Trata-se de um fenômeno já observado por Bakhtin (1992) e para o qual Marcuschi (2002, 2008) chama a atenção, quando diz: “os gêneros se imbricam e se interpenetram para constituir novos gêneros”. Marcuschi (2008, p. 163-164), seguindo sugestão da linguista alemã Ulla Fix, adota a expressão “intertextualidade intergêneros” ou apenas “intergenericidade” para designar “o aspecto da hibridização ou mescla de gêneros”.

Segundo Marcuschi (2008, p. 168), as contaminações ou hibridizações de gêneros são bastante usadas por órgãos de imprensa como forma de chamar mais a atenção e motivar a leitura. Em nossa compreensão, os gêneros que se encontram na capa de jornal estão de tal modo ali organizados “a ponto de formarem um todo orgânico como observava Bakhtin para o romance” (MARCUSCHI, 2008, p. 170).

Diferente da *quarta capa*⁸ de uma publicação, por exemplo, a capa de jornal possui gêneros fixos que a caracterizam e contribuem para que ela atinja sua finalidade. No caso da *quarta capa*, como diz Marcuschi (2008, p. 165), trata-se de um “lugar (talvez até mesmo um suporte) especial para gêneros diversos”, ou seja, podem ser ali encontrados uma relação de livros da coleção, uma apresentação do autor com elogios etc. assim, a *quarta capa* é um lugar onde podem figurar “as mais variadas formas textuais e os mais variados

⁸ O mesmo que contracapa, segundo o guia do profissional do livro. <http://www.amigosdolivro.com.br>

gêneros e se for tomada como gênero é difícil até mesmo determinar a função dele, pois em cada caso isto vai variar muito”, diz Marchuschi.

A esse respeito, Bonini (2005, p. 70-71) afirma que “alguns gêneros são compostos de outros gêneros” e cita a “programação de cinema” como um desses casos, uma vez que é constituída por sinopses ou resumos de filmes. Para ele, a vagueza nas fronteiras intergêneros pode ser observada sob dois pontos de vista: o estrutural e o semântico-pragmático. O estrutural corresponde ao modo como os gêneros se organizam, e o semântico-pragmático, ao modo como os gêneros são enunciados.

O fenômeno da intergenericidade também é mencionado por Bazerman (2006, p. 93-94) quando distingue seis “níveis de intertextualidade por meio dos quais um texto se apóia em outro texto como um recurso consciente”. Entre os níveis de intertextualidade considerados por Bazerman, está o uso de “certos tipos reconhecíveis de linguagem, de estilo e de gêneros”.

2.1.1. Os gêneros fixos na capa de jornal

Nesse tópico, como já anunciado, apresentaremos os gêneros que ocorrem todos os dias nas capas de jornal e que são, em virtude disso, chamados de *fixos*. As manchetes, as fotografias, as legendas e as chamadas de capa atualmente são essenciais na definição da capa de jornal. Além de a embelezarem, elas anunciam o conteúdo do jornal e remetem o leitor às páginas dos cadernos internos. Vejamos cada um desses gêneros:

a) As *manchetes* são os títulos considerados pela redação do jornal, como os de maior importância entre as notícias contidas na edição. Visualmente elas contribuem na estruturação das capas de jornal, tornando-as mais atraentes. São estampadas, geralmente, na parte de cima ou no centro da capa e destacadas por letras grandes. Também contribuem para que o leitor crítico possa criar uma imagem da identidade do jornal ou de sua linha de informação (FARIA, 2001).

A importância das manchetes, títulos e subtítulos pode ser avaliada pelo grande espaço dedicado a eles nos manuais de redação e estilo dos jornais. O

Novo Manual da Redação (1996, p. 168), por exemplo, ressalta a importância dos títulos quando diz que

“a maioria dos leitores lê apenas o título da maior parte dos textos editados. Por isso, ele é de alta importância. Ou o título é tudo que o leitor vai ler sobre o assunto ou é o fator que vai motivá-lo ou não a enfrentar o texto”.

Os títulos fazem parte da técnica de redação e são cada vez mais uma arte. Dividem-se em: antetítulo (ou manchetinha), título (ou manchete), subtítulos (título secundário) e intertítulos (colocado no meio de uma composição). Bahia (1990b, p. 46) assegura que “para uns, o título está tão intimamente ligado à notícia que sem ele perde o sentido. Já para outros, ele deve dizer tanto que possa dispensar o resto. O título é a notícia, dizem”. Mas se é verdade que um título, bem vestido tipograficamente, vende uma notícia, um jornal ou um livro, isso é suficiente para torná-lo inseparável do texto.

Para Bahia (1990b, p. 20), na sociedade moderna, o jornalismo fala cada vez mais a linguagem coletiva e sua lei está no fato, na surpresa, na idéia, na desgraça ou na glória. Dessa forma, é necessário atentarmos para o seu “propósito imediato de levar ao público as informações, seja para gerar reações imprevistas ou para causar-lhe sensações tão agradáveis quanto às causadas pelos trovadores da antiguidade”.

Consonantes com esse propósito jornalístico, as manchetes, em sua maioria, dão uma ideia geral dos fatos que precedem, mantêm consistência com o texto e impressionam, pois em poucos segundos, informações e sensações invadem o leitor. Erbolato (1981, p. 28) compara o mecanismo emocional causado pelas manchetes com o causado pelos sinais de trânsito: diante de um PARE!, qualquer motorista “tomará suas precauções”. Assim, as manchetes também precisam causar um impacto tão rápido quanto possível, fazendo com que sejam compreendidas sem o menor esforço.

Dessa forma, podemos encarar as manchetes sob dois aspectos: a) do ponto de vista redacional e psicológico, de maneira a obedecerem às regras gramaticais e a atingir o leitor e b) quanto à escolha das letras, selecionadas entre as mais agradáveis, bonitas e, evidentemente, de fácil legibilidade. Há uma tendência para conciliar a mancha negra da manchete com a mancha

branca, de modo que os claros funcionem como elemento plástico que dá beleza à página, favorece a visualização e facilita a leitura.

DP 18/06/2001



Fig. 6

A manchete, destacada na capa da figura 6, “Trabalhador paga **mais** ao INSS” anuncia o fato, resume a notícia e embeleza a página, numa conjugação de técnica e arte que o jornalista/designer procurou aprimorar utilizando o recurso gráfico do sublinhado. Posicionada no centro da página, cobre várias colunas, com tipos grandes em caixa alta e baixa e na cor preta. De compreensão imediata, a manchete dirige um apelo para a leitura; é provavelmente para ela que qualquer pessoa fixa primeiramente o olhar. Só

depois de processar a manchete, e se a atenção for despertada, irá ler o lide⁹ ou a notícia toda.

As manchetes funcionam como focalizadores, à medida que ativam ou selecionam áreas do conhecimento de mundo que temos arquivadas na memória. São elas que possibilitam que o leitor faça previsões sobre como um determinado tema será desenvolvido e então crie expectativas sobre o conteúdo da notícia ou da reportagem. Portanto, quanto mais breves e sucintas forem as manchetes, mais rápido são processadas pelos leitores que buscarão no texto mais informações sobre o assunto tratado.

Os manuais de redação e estilo de jornais, inclusive, recomendam aos jornalistas que criem manchetes com poucas palavras e com as quais anunciem a informação principal do texto ou descrevam com precisão um fato. Ainda é recomendado por esses manuais o uso de verbos nas manchetes para dar-lhes expressividade e causar impacto.

b) A *fotografia* é outro constituinte imprescindível da capa de jornal na atualidade, pois quebra a monotonia dos textos e serve como documento dos fatos. Entre as várias funções da fotografia jornalística apresentadas por Erbolato (1981, p. 123), destacamos as seguintes: a) comunica ao leitor, ao simples olhar, uma parte importante da notícia. Tanto quanto a manchete, desperta a atenção para o assunto; b) transmite impressões que as palavras, às vezes, não podem contar; c) satisfazem a curiosidade de quem não sabe ler e d) dá variedade às capas, tornando-as atraentes. As fotos criam um ponto visual, imediatamente percebido pelo leitor e é nele, muitas vezes, que concentra inicialmente a sua atenção.

A *fotografia* jornalística vem sempre acompanhada de *legenda* descritiva e do crédito para o fotógrafo. Antes de chegar ao público leitor, é produzida na redação por um grupo de técnicos, dos quais uns fazem a foto, a selecionam, a compõem e retocam, outros a intitulam, a legendam, a comentam. Outros complementos que a circundam na capa são a manchete, a diagramação e de

⁹ Conforme Bahia (1990b, p. 53-55), originário da palavra inglesa lead. É o primeiro parágrafo de um texto. Deve ser curto e responder às perguntas básicas do jornalismo: quem? o que? quando? onde? como? por quê? O ideal é que o lide tenha no máximo cinco linhas. Lides maiores desestimulam a leitura.

“uma maneira mais abstrata, mas não menos “informante”, o próprio nome do jornal” que se constitui, segundo Barthes (1990, p. 11), um saber que pode exercer grande influência sobre a leitura, pois uma fotografia pode adquirir sentidos diversos se publicada em jornais diferentes.

Dessa forma, a estrutura da fotografia não é uma estrutura isolada, pois identifica-se com outra estrutura, que são os textos (manchete, legenda). Apesar de haver uma redução de proporção, de perspectiva e de cor, o conteúdo da fotografia é a própria cena, o literalmente real. Se a imagem não é o real, é, pelo menos, “o seu *analogon* perfeito, e é precisamente esta perfeição analógica que, para o censo comum, define a fotografia” (BARTHES, 1990, p. 12).

DP 06/02/2005



Fig. 7

Na capa da edição do Diário de 06 de fevereiro de 2005, em destaque na fig. 7, podemos avaliar o poder da fotografia como um testemunho e forte apelo para a leitura do jornal. Uma grande foto ocupa quase toda a capa e vem conjugada à manchete “*Galo reina no Recife*” e ao texto que resume a notícia, localizado logo abaixo: “O Galo da Madrugada emocionou mais uma vez os pernambucanos, realizando um desfile contagiante. Vinte e sete trios elétricos tocando apenas frevo arrastaram uma multidão de foliões pelas ruas dos bairros de São José e Santo Antônio. Com o tema *Os Piratas do Galo apresentam seu grande tesouro*, o maior bloco de rua do Mundo foi palco para a irreverência e criatividade dos foliões (**Últimas A8**)”.

Interessante observar como o tamanho da fotografia, na capa anteriormente descrita, corresponde ao destaque dado ao fato noticiado, contagiando o leitor e sugerindo a leitura. Como diz Siqueira (2006, p. 2),

“fotos são os componentes gráficos que o leitor vê em primeiro lugar, quando editados com destaque. Funcionam como elemento atrativo e fonte de informação. As qualidades essenciais para uma foto ir para a primeira página do jornal são o ineditismo, o impacto, a originalidade e a plasticidade. (...) Legenda é texto explicativo que acompanha a foto. Deve ser curto e objetivo e pode ou não ter um título”.

c) As *legendas* das fotografias são importantes porque os leitores primeiro olham as fotos e depois procuram a explicação, já que as imagens são rápidas e despertam curiosidades. Assim as imagens junto com as respectivas explicações formam um par muito usado nas capas de jornal para “fisgar” os leitores e fazer com que comprem e leiam o jornal (WHITE, 2006, p. 133).

Na capa do Diário do dia 14 de agosto de 2005 (fig. 8) pode-se ver uma foto de ruínas de prédios antigos. Acima da foto, um filete azul com o título “Reabilitação urbana” e abaixo a seguinte legenda e indicação do caderno e página onde se encontra a matéria completa: “**Especialistas** vão se reunir segunda e terça-feira, em Boa Viagem, para discutir projetos como o complexo turístico do Recife e Olinda, que faz a reabilitação urbana através de um viés cultural. **Vida Urbana C5**”. Vemos, com esse exemplo, como a legenda tem importância para a compreensão da foto e que a foto-legenda funciona na capa de jornal como uma chamada para a leitura das páginas internas.



Fig. 8

Para Bonini (2005, p. 70), a melhor interpretação para a foto-legenda

“é a de que ela seja um gênero autônomo, pois, por um lado pode acompanhar praticamente todos os gêneros do jornal (e, nesse caso, não seria um componente característico de nenhum deles) e, por outro, ela pode ocorrer conjugada a mais de um texto.”

A capa de jornal é um gênero complexo ou multimodal, portanto as fotos, legendas, manchetes, chamadas, bem como os aspectos gráficos, devem ser vistos de modo integrado, ou seja, devem ser vistos interagindo entre si e produzindo efeitos uns sobre os outros. Na capa do Diário de Pernambuco do dia 03 de agosto de 2005, destacada na figura (fig. 9), por exemplo, duas fotos, uma de Roberto Jefferson e outra de José Dirceu são dispostas lado a lado, na

parte superior da página, como se os dois deputados estivessem trocando um olhar, em desafio.

DP 03/08/2005



Fig. 9

Embaixo de cada foto, chamadas com os seguintes títulos: “Roberto Jefferson envolve Lula em denúncia sobre Portugal Telecom” e “José Dirceu diz que não renuncia e ação do PTB o transforma em réu”. Acima das fotos, a manchete em letras grandes e pretas anuncia: “Um dos dois está mentindo”. Entre a manchete e as imagens, o longo subtítulo explica: “Em duelo de quase duas horas no Conselho de Ética da Câmara, os deputados Roberto Jefferson e José Dirceu trocaram insultos, ironias e acusações. Pivôs da crise política, Jefferson e Dirceu entraram em contradição em pelo menos dez ocasiões. Enquanto Jefferson confirmou todas as acusações que havia feito, Dirceu negou tudo.” Notamos, neste caso, que fotos, chamadas, manchete e subtítulo

se integram de tal modo para produzir sentidos, que a compreensão de cada um isoladamente dificilmente seria a mesma.

Com base nas descrições das capas, percebemos que não se deve observar uma imagem apenas como uma “ilustração” do texto escrito, pois os aspectos verbais e visuais aparecem em comunicações reais, para produzir textos integrados e, portanto, não devem ser analisados separadamente como nos avisam Kress e van Leeuwen, (1996 apud Mozdzenski, 2006, p. 184).

d) A *chamada de capa*, na definição de Siqueira (2006, p. 2), é “o elemento que traz a indicação do caderno e o número da página interna onde está impressa a matéria completa”. Podem se constituir de frases, fotos ou simplesmente palavras. O que as caracteriza é a remissão para as páginas internas.

De acordo com Benites (2001, p. 211),

“a chamada de capa se propõe a orientar a visão do leitor, através da condensação de grandes quantidades de informação, da seleção e da supressão de dados e, especialmente, da hierarquização dos acontecimentos. (...) Seu texto exige frases curtas, secas, substantivas, que dêem ao leitor uma idéia de completude, mas, ao mesmo tempo, o remetam para as páginas que trazem a cobertura extensiva, numa premeditada intertextualidade, interna à edição de cada número do jornal”.

Na definição de Bonini (2008a, p.08), a chamada é um gênero jornalístico que apresenta a informação resumida a respeito do conteúdo de uma matéria. Além de atrair o leitor, a chamada indica as páginas internas do jornal, onde normalmente são complementadas pelo texto chamado, geralmente uma notícia ou uma reportagem. Trata-se de um texto que funciona metatextualmente em relação aos outros textos do jornal.

Ao analisar as chamadas de capa de jornais de circulação nacional, Caldeira (2007, p. 28) estabeleceu os seguintes fatores caracterizadores das chamadas de capas: a) têm sua localização na primeira página dos jornais; b) remetem o leitor a páginas internas que trazem a notícia ou reportagem completa; c) em geral, são constituídas por um título e a síntese (resumo) de um texto interno; d) o conjunto de chamadas na capa de jornal é a vitrine da edição, funcionando para seduzir o leitor à compra e leitura dos textos internos

do jornal; e) constitui-se a partir de frases curtas e claras para não confundir o leitor.

DP 30/09/2005



Fig. 10

Caldeira (2007, p. 50) ainda observou que este gênero apresenta uma organização representada pelos seguintes movimentos retóricos: a) caracterizar o texto (mediante título); b) apontar um tema; c) especificar o tema; e d) direcionar as páginas internas do jornal. Sua análise também mostrou que as chamadas podem se ater a um texto, geralmente é o mais comum, ou a vários, e as informações que as compõem são quase sempre extraídas de diversas partes do texto chamado, mas não perfazem um resumo. Na retextualização das informações do texto chamado para a chamada, na maior

parte das vezes, emprega-se a paráfrase, em oposição à cópia. Na figura 10 pode-se observar como as chamadas se apresentam nas capas de jornal e avaliar a sua importância para a constituição deste gênero.

Na capa do Diário de Pernambuco de 30 de setembro de 2005 (fig. 10), destacamos chamadas em círculos amarelos. A primeira é composta por título, resumo do texto chamado e indicação do caderno e da página onde se encontra a notícia completa; já a segunda, se compõe apenas por título e indicação do caderno e da página interna onde está impressa a matéria completa. Diante dessa constatação, aceitamos a definição de chamada de capa proposta por Siqueira (2006, p. 2) e admitimos que esse gênero assume formas diversas, sendo o direcionamento às páginas internas do jornal sua principal característica. Isso reforça a ideia já expressa de que os gêneros se caracterizam pela ação retórica usada em sua realização e não apenas pela forma ou substância.

O conjunto constituído pelas *manchetes*, *chamadas*, *fotografias* e *legendas*, quase sempre numa linguagem que procura envolver diretamente o leitor e que destaca aspectos afetivos, utilitários ou sensacionalistas, funciona como anúncio do conteúdo e podem vender alguns milhares de exemplares a mais (BUITONI, 1986).

Como já dissemos, os componentes acima descritos são fixos e estão na base do gênero capa de jornal, ou seja, são fundamentais para que a mesma cumpra as seguintes funções: identificar o suporte; anunciar o conteúdo do jornal apontando o local onde o texto se encontra; e persuadir o leitor quanto à leitura e compra do jornal. Importante no processo de composição do gênero capa de jornal é que todos os recursos utilizados, inclusive a inserção de outros gêneros, exercem uma função retórica e possibilita a construção de sentidos (DIONÍSIO, 2005, p. 159).

Descritos os gêneros fixos, passaremos, no próximo tópico, a descrever sumariamente alguns gêneros ocasionais na capa de jornal, observando como eles interagem com os outros gêneros na dinâmica interna da capa.

2.1.2. Gêneros ocasionais na capa de jornal

A capa é sempre identificada na sua relação com o jornal e, já dissemos, uma de suas funções é informar o leitor sobre o conteúdo veiculado por tal suporte, atraindo-o para a compra e leitura. Assim, a capa se nutre, obviamente, do conteúdo do jornal, ou seja, depende do material apurado pelos jornalistas e de uma série de decisões editoriais. Sua organização, então, está diretamente relacionada ao modo como o jornal se organiza, pois a capa exerce a função de sumário do jornal.

Observamos que a capa de jornal, muitas vezes, abriga gêneros que não são fixos, ou seja, eles aparecem ocasionalmente, de acordo com decisões dos editores. Assim, é possível que em uma capa de jornal apareçam, por exemplo, *anúncios publicitários*, *charge*, *editorial*, *cartaz* ou mesmo um *convite* que embora não sejam fundamentais na composição da capa, podem funcionar como mais um recurso para atrair e seduzir o leitor. Veremos a seguir que a presença “inesperada” desses gêneros não essenciais à composição da capa de jornal revela a dinamicidade e a flexibilidade características dos gêneros textuais.

a) Anúncio publicitário

O anúncio publicitário é um gênero típico da sociedade de consumo. Sua finalidade, segundo Maingueneau (2001, p. 66), é “seduzir, para, em última instância, vender um produto.” Para isso ele tem de chamar a atenção, assim é fácil comprovar sua presença constante em nosso dia-a-dia. Como diz Silva (2008), “o universo midiático encanta os seus leitores com textos dinâmicos, sedutores, interativos e presentes em todos os espaços sociais que percorremos a qualquer tempo.



Fig. 11

A capa, como vitrine do jornal, também pode ser vista como um espaço privilegiado para anunciar qualquer produto. Aliás, considerando-se a notícia como um produto à venda, podemos dizer que a capa de jornal e o anúncio publicitário são gêneros que têm em comum o propósito de apresentar e vender um produto.

A respeito da inserção de anúncios publicitários nas páginas de um jornal, Silva (1985, p. 127) diz que, de um modo geral, prejudica o arranjo gráfico. Há um consenso, no entanto, de que eles devem ser programados na parte inferior da página. Pelo menos nas capas, essa regra é, geralmente, obedecida, como acontece com o anúncio da concessionária de veículos Via Sul na capa do Diário de Pernambuco da figura 11.

Inusitado nesse anúncio que traz o texto “Confira as ofertas no Caderno Vida Urbana” é o fato de também funcionar como chamada de capa, pois remete o leitor para o caderno onde estão as ofertas de automóveis do feirão da Via Sul. É um caso de intergenericidade no qual um gênero, o anúncio publicitário, se mescla ao gênero chamada de capa. Curioso nesse caso, é que no novo texto, podemos identificar as funções dos dois gêneros: anunciar um produto e apontar as páginas internas do jornal, configurando-se assim, a intergenericidade de formas e funções. Para Marcuschi (2008, p. 163-1646), o fato de anúncios publicitários assumirem a função de outro gênero é uma “maneira particularmente produtiva na subversão da ordem instituída para chamar a atenção sobre o produto.”

b) Charge

Em estudo desenvolvido sobre a charge, Cavalcanti (2008, p.1) afirma que esse gênero não é apenas uma piada gráfica que utiliza a linguagem visual em sua construção, mas um texto opinativo, que contém críticas políticas e esportivas, e, esporadicamente, sociais. Por isso, geralmente é publicada no caderno de opinião dos jornais, em meio a cartas argumentativas, editoriais, artigos de opinião, entre outros.

Segundo a pesquisadora, a charge geralmente é ilustrada em apenas um quadro. É constituída por linguagem verbal e não verbal, porém ocorrem charges nas quais só a imagem é utilizada. A linguagem verbal aparece nos títulos, legendas e, principalmente nas falas dos personagens. A linguagem não verbal é responsável pelas caricaturas, pela representação de símbolos, pela construção de cenários, pelos balões de fala, que “de acordo com a forma, podem representar fala, grito, pensamento, cochicho, etc” (Cavalcanti, 2008, p. 1).

Embora as charges sejam localizadas no caderno de opinião, como afirmado acima, em algumas edições do Diário de Pernambuco, identificamos a sua presença na capa, a exemplo da que apresentamos abaixo na figura 12.



Fig. 12

Trata-se de uma charge de Ricardo que menciona o caso da violação do painel, tema também abordado pela manchete principal por ser o assunto mais importante da edição. Podemos, então, dizer que há uma dinâmica entre os gêneros que constituem a capa e, nesse caso, a charge, funcionando também como um apelo, interage com a manchete “Senadores sabiam da violação do painel”, contribuindo com a função da capa de atrair o consumidor para a compra e leitura do jornal.

c) Editorial

O editorial é uma criação da imprensa e trata-se da voz e do ponto de vista do publicador; pode refletir a opinião do proprietário, da direção executiva ou de um conselho diretor, mas é redigido por um editorialista. Por isso é uma opinião

que não é assinada, pois é natural a evidência de sua autoria (BAHIA, 1990b, p. 98).

Na opinião de Bahia, (1990b, p. 105), o melhor efeito que um editorial pode gerar é fazer o leitor raciocinar, dirigindo-se a ele como quem pondera e orienta e não como quem não tem senso de dever. O leitor, por sua vez, interessa-se por saber que se precisar de uma orientação, ela está no jornal, do mesmo modo que deseja saber sobre informações sobre o tempo, sobre o futebol, etc. A expectativa de ter a informação ou a opinião é um direito do leitor.

DP 07/11/1997



Fig. 13

Embora o editorial tenha atualmente uma localização fixa no Diário de Pernambuco, geralmente na página editorial, onde também são publicadas cartas de leitores, charges, frases, etc, observamos sua ocorrência em

algumas capas do nosso *corpus* de pesquisa. No exemplo apresentado na figura 13, o editorial divide o espaço interno de um box com uma foto-legenda e com informações sobre a solenidade e programação do aniversário do Diário. Trata-se de um editorial que comemora o aniversário do Diário de Pernambuco e pode ser facilmente reconhecido pelo leitor, uma vez que traz a sua denominação “Editorial” em caixa alta e baixa e em negrito, acima do título “Passado e futuro”. A foto do antigo prédio do Diário de Pernambuco na Praça da Independência ou Pracinha do Diário, com a seguinte indicação: *172 anos*, é acompanhada da seguinte legenda: “A sede do DIÁRIO tem sido um centro de luta democrática”. Neste caso, editorial, foto e legenda interagem produzindo sentidos.

Observando a presença de editoriais nas capas do Diário de Pernambuco, percebemos que sua ocorrência parece estar relacionada a alguma situação especial, como a comemoração de aniversário do Diário na capa acima citada, ou a morte do presidente Tancredo Neves, na capa da figura (fig. 2), quando os editores consideram importante expor sua opinião logo na capa.

d) **Cartaz**

Dentro da comunicação de massa, o cartaz se destaca por ser um elemento vital de propaganda que alia a linguagem visual à linguagem escrita. Intimamente ligado à dinâmica dos grandes centros urbanos e reproduzido em grande escala, é de fácil identificação nas ruas, nos postes, nos muros, etc. Possui como desafio a transmissão de uma mensagem que deve ser absorvida pelo espectador transeunte de forma instantânea, nos poucos segundos em que este o visualiza (BORTULUCCE: sd).

Se reproduzido em uma capa de jornal, um cartaz também pode ser facilmente percebido por milhares de pessoas que circulam pelas ruas e passam em frente às bancas de jornal, que param nos sinais de trânsito e apreciam os jornais oferecidos por um gazeteiro ou, ainda, pelos assinantes do jornal que receberão o exemplar em casa. O produtor da capa do Diário de Pernambuco de 31 de agosto de 2005 teve essa ideia.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO

QUE É ISSO, SEVERINO?

Na declaração do presidente da Câmara, Severino Cavalcanti, de que é responsável por não ter conseguido a aprovação da proposta de emenda constitucional que altera o sistema de votação nas eleições municipais, o maior dos principais líderes do Congresso é acusado de não ter votado em favor da proposta de alteração da Constituição de 1988.

IGPM cai e segura alta de alugueiros
 O Índice Geral de Preços do Mercado, que é usado para corrigir o valor das atividades de comércio, caiu 0,02% em julho. No entanto, a inflação nos últimos 12 meses, o IGPME ajustado, ficou em 3,45% em julho, 25 pontos percentuais mais do que em julho de 2004.

ADUSEPS VAI À JUSTIÇA CONTRA ABUSOS DA ASL
 A Associação de Dirigentes de Empresas de Pernambuco (ADUSEPS) vai à Justiça contra a Associação de Supermercados da Região Nordeste (ASL) por abusos de poder.

Porto ampliará receitas e cortará custos
 O Porto de Recife vai adotar um sistema de cobrança de pedágio de acesso e manutenção de navios. A medida vai gerar um aumento de receita de cerca de 10 milhões de reais por ano e a redução de custos de cerca de 5 milhões de reais por ano.

TORNADO FERIU 15 PESSOAS NO SUL DO PAÍS
 Um tornado atingiu o município de São João do Sul, no Rio Grande do Sul, ferindo 15 pessoas e destruindo parte das instalações da cidade.

Furacão deixa 80 mortos e 1 milhão sem luz
 O furacão Erika deixou pelo menos 80 pessoas mortas e mais de 1 milhão sem energia elétrica no estado de São Paulo. O furacão também destruiu parte das instalações da cidade de São João do Rio Preto.

PROCURA-SE

A Polícia está a procura de mulher suspeita de ter raptado uma recém-nascida no Hospital Geral de Prazeres. O retrato falado foi feito a partir de informações fornecidas pelo pai do bebê, Cláudio Lima, e pela avó da criança, Maria José de Lima, via Ubatuba 85 e 86.

Disque Denúncia 3421-9595

EUTANÁSIA
 O Brasil não tem legislação para garantir o direito de morrer com dignidade. A proposta de lei que garante o direito de morrer com dignidade foi aprovada pelo Senado em julho de 2004, mas não foi aprovada pelo Congresso em 2005.

AMEAÇA
 A Associação de Dirigentes de Empresas de Pernambuco (ADUSEPS) ameaça entrar com uma ação judicial contra a Associação de Supermercados da Região Nordeste (ASL) por abusos de poder.

BEIRA-RIO
 O governador de Pernambuco, Paulo Câmara, anunciou que vai visitar o estado de São Paulo para acompanhar o trabalho de recuperação das áreas afetadas pelo furacão Erika.

Kuki desloca ombro e vai ser operado
 O jogador Kuki desloca o ombro e vai ser operado. O jogador foi levado ao Hospital Geral de Prazeres para ser tratado.

Cartão de crédito com 12x
 Cartão de crédito com 12 parcelas. O cartão oferece condições especiais de pagamento para compras acima de R\$ 100,00.

Classificados, o maior e melhor caderno de Classificados. Mais de 1.000 opções. LIGUE 0800-111111

Fig. 14

Como podemos visualizar na figura 14, o centro da capa do Diário desse exemplar foi ocupado por uma chamada que se assemelha a um “cartaz estilo faroeste”¹⁰, com o retrato falado de uma mulher suspeita de raptar um recém-nascido de um hospital de Prazeres. Acima do retrato, em letras amarelas e em caixa alta, a frase: “Procura-se”; abaixo, um texto referente ao rapto e o número do telefone do disque denúncia em letras amarelas. É a indicação do caderno e

¹⁰ Cartazes de procurados oferecendo recompensa, colados em paredes e postes, que geralmente aparecem nos filmes de faroeste.

das páginas onde se localiza a notícia sobre o caso, no final do pequeno texto, que nos leva à constatação de que se trata de uma chamada de capa.

e) Convite

O gênero convite cujo objetivo é solicitar a presença de alguém, sempre contém, de acordo com Travaglia (2007, p. 44), os seguintes itens: a) um chamado para estar em um lugar e/ou evento, seja festa, apresentação/show, conferência, reunião, etc; e b) um determinado fim: se divertir, se instruir, decidir coisas, comemorar.

DP 07/11/2003



Fig. 15

Na capa do Diário de 07 de novembro de 2003, localizamos no lado inferior esquerdo, um convite aos pernambucanos, conforme detalhe ampliado da figura 15. Em tal convite, as Emissoras e Diários Associados de Pernambuco solicitam a presença dos pernambucanos na celebração ecumênica em regozijo pela passagem do 178º aniversário do Diário às 9 horas na TV Guararapes.

O conteúdo desse convite é o mesmo da manchete principal “Diário celebra 178 anos a serviço de Pernambuco” e também do caderno especial “Orgulho de Pernambuco” publicado nesta edição. Apesar de ser um convite sem obrigatoriedade de atendimento, é possível que também desperte no leitor o interesse pela leitura da matéria sobre o Diário de Pernambuco no caderno especial.

Podemos afirmar, então, que a capa de jornal pode ser entendida como um gênero construído a partir do encaixe de outros gêneros. Consideramos, assim, que existe um contínuo na capa do jornal que parte dos elementos que chamamos de *aparatos da edição* (referências), tais como os que compõem o cabeçalho: o nome do jornal, a data, o número da edição, etc. até os gêneros que já atingiram uma autonomia como as manchetes, a foto-legenda e as chamadas de capa analisadas por Caldeira (2007).

Outros gêneros não essenciais à composição da capa de jornal, no entanto, podem, ocasionalmente, fazer parte desse contínuo de gêneros existente na capa e contribuir para influenciar o leitor à compra e leitura do jornal, como o anúncio publicitário, o editorial, a charge, o cartaz, etc. É importante salientar que há coerência entre os diversos gêneros que compõem a capa de jornal, pois todos eles estão integrados à mesma finalidade: anunciar o conteúdo do jornal, apontando o local onde o texto se encontra e persuadir o leitor quanto à leitura e compra.

Em conclusão a este capítulo, podemos dizer que ao investigar o gênero capa de jornal, seus diversos componentes e funções, suas regularidades e especificidades, a ideia que fica transparente é a de que se trata de um espaço aberto, permeável, por onde “podem passar” outros gêneros, além dos fixos que o caracterizam, inclusive aqueles que expressam opinião como o editorial e a charge.

No próximo capítulo, traçaremos o percurso histórico das capas do Diário de Pernambuco. Para tanto, descreveremos as capas, observando o que mudou e o que permaneceu ao longo de dezoito décadas, ou seja, de 1825 a 2005.

Capítulo 3

Uma análise diacrônica das capas do Diário de Pernambuco

Neste capítulo, procuramos traçar o percurso histórico das capas do Diário de Pernambuco ao longo de 180 anos. Nossa exposição consistirá na constatação do que mudou e do que permaneceu e de como os componentes que hoje estabilizam o gênero capa de jornal, descritos no capítulo anterior, foram surgindo e se relacionando uns aos outros na dinâmica interna do gênero capa de jornal. Historicidade, dinamicidade e flexibilidade dos gêneros são as noções teóricas centrais para o desenvolvimento deste capítulo.

3.1. A natureza evolutiva dos gêneros

Críticos e teóricos de gênero têm enfatizado o dinamismo, a flexibilidade e a mudança inerentes aos gêneros. Baseando-se ora no trabalho de Bakhtin sobre o discurso como um campo de forças centrípetas e centrífugas, ora na teoria social e nos estudos linguísticos de variação, diversos trabalhos chamam a atenção para o fato de que os gêneros estão continuamente em fluxo (MILLER, 2009, p. 94).

Partindo da definição de “cultura” do antropólogo Raymond Williams, para quem a cultura era “um modo particular de vida em certo tempo e lugar, experienciado em toda a sua complexidade por um grupo que compreende a si mesmo como um grupo identificável”, Miller (2009, p. 47) nos diz que “aparecem conjuntos distintos de gêneros em diferentes tempos e lugares”, assim como também acontece de um mesmo gênero, que ocorre em dois tempos e lugares distintos, não ser exatamente “o mesmo em algum sentido importante”.

Miller (2009, p. 95) também nos diz que na abordagem sociocognitiva de Berkenkotter e Huckin, os gêneros mudam constante e gradualmente. Tais

mudanças são respostas às necessidades sociocognitivas dos usuários individuais. No mesmo sentido, Amy Devitt (2004 apud MILLER, 2009, p. 95) observa que a mudança genérica ocorre sincronicamente, pois os gêneros são flexíveis; e diacronicamente, já que os mesmos também são mutáveis.

Miller acrescenta que para Devitt, como “as situações retóricas nunca são idênticas, o gênero tem que ser flexível, capaz de variar e, portanto, capaz de se “adaptar através do tempo às mudanças em contextos e usos”, pois é através do gênero que as pessoas agem em situações e ao mesmo tempo constroem as situações recorrentes.

Quando trata da natureza dinâmica e evolutiva dos gêneros, Miller (2009, p. 63) faz referência a trabalhos como o desenvolvido por Bazerman em 1988 sobre a história do “artigo experimental” e a discussão sobre a emergência e a evolução do gênero “memorando” realizada por Yates e Orlikowski em 1992. A autora afirma ser útil a formulação de Schryer em 1993 de que os gêneros são “lugares de ação social e ideológica estabilizados-por-enquanto ou suficientemente-estabilizados”. E enfatiza que os gêneros, uma vez que se encontram enraizados em práticas sociais, mudam, evoluem e decaem. Para evoluir, diz Miller (2009, p. 64), “os gêneros também devem permitir a incorporação de novidades, a acomodação de restrições modificadas, o ajuste de ideologia (...)”.

De acordo com a autora (2009, p. 95),

“os gêneros originam-se não só de mudanças em situação, contexto e cultura, mas também de outros gêneros, num processo evolucionário, e ocasionalmente do esforço consciente de indivíduos para preencher uma necessidade não satisfeita previamente.”

Ao questionar de onde vêm os gêneros Todorov (1980: 11) responde:

“... pois bem, simplesmente de outros gêneros. Um novo gênero é sempre uma transformação de um ou vários gêneros antigos: por inversão, por deslocamento, por combinação... Nunca houve literatura sem gêneros; é um sistema em contínua transformação e a questão das origens não pode abandonar, historicamente, o terreno dos próprios gêneros: no tempo, não há nada de “anterior” aos gêneros”.

Como já mencionamos, entre uma série de abordagens diferentes para identificar e analisar gêneros que vão além da catalogação de seus elementos característicos, Bazerman (2005: 40) sugere que se olhe historicamente para o gênero, ou seja, que se considerem as variações ocorridas em diferentes períodos, pois ao analisarmos exemplares suficientes de um gênero ao longo do tempo, podemos ter uma noção de como a compreensão sobre o mesmo muda quando o contexto histórico muda. As mudanças podem ser tão grandes a ponto dos nomes dos gêneros mudarem, ou “coisas” muito diferentes serem consideradas como um mesmo gênero.

Marcuschi (2002, p. 20) assegura que o surgimento de um novo gênero não corresponde muitas vezes a inovações absolutas, sem ancoragem em algum gênero já existente e lembra que esse fato foi também observado por Bakhtin, quando se refere à transmutação dos gêneros e à assimilação de um gênero por outro gerando novos.

O fato é que todo gênero, pela sua variabilidade, incorpora e reflete transformações definidas sócio-historicamente (PINHEIRO, 2002) e nessa dinamicidade, um gênero quase sempre se origina de outro mais antigo. As cartas, criadas para mediar a distância entre os indivíduos, tiveram um papel especial na formação de vários gêneros dos mais diferentes domínios comunicativos, como relatórios, artigos, patentes, orações, letras de câmbio. Segundo Bazerman (2005, p. 93), elas também precederam o aparecimento de documentos públicos mais visíveis, como os cartazes e panfletos. Gomes (2007, p. 16), por sua vez, assegura que as cartas faziam o papel do jornal e guardam o gérmen do panfleto e do editorial.

Com a criação da imprensa multiplicaram-se cópias de textos para audiências amplas e desconhecidas. A carta, diz Bazerman (2005, p. 93), foi uma forma transitória que permitiu a emergência de gêneros com uma função comunicativa definida e com amarras sociais. Os principais tipos de escrita que floresceram na cultura impressa, o jornal, a revista científica e o romance, aparentam alguma conexão com a carta e muitos elementos desta ainda aparecem na indústria jornalística.

Se o jornal tem origem no gênero carta, é de se supor que a sua capa, na qual reconhecemos marcas que o contextualizam, tais como as que fornecem a data, o endereço e o nome do jornal, indique essa origem.

A respeito das cartas, Rizzini (1968, p. 09) diz o seguinte:

“ocupavam então o lugar dos jornais e prestavam os mesmos serviços. Passavam de mão em mão quando continham novidade de interesse. (...) era por meio delas que se procurava formar um público restrito uma espécie de opinião geral. Certas cartas afixavam-se nas praças ou corriam em cópias distribuídas pelos destinatários, tornando-se assim públicas.”

Com relação ao jornal, Rizzini (1968, p. 03) argumenta que este surgiu na Antiguidade, “quando a transmissão simbólica, mediata e indireta, concebida para representar os fatos cuja lembrança se queria resguardar e transmitir” sucedeu a oral, direta e imediata. O registro, em épocas remotas, de uma informação de algum acontecimento em materiais como pedra, pau, metal, barro, fibra, pele ou papel são, hoje, aos olhos dos arqueólogos, verdadeiras páginas de gazetas. Tais escritos aproximavam-se, pelo cerne informativo, do estado embrionário do jornal.

Para Rizzini (1968, p. XV), a transmissão oral, o periódico imóvel, a carta particular, na Antiguidade; o jogralismo, o trovadorismo palaciano e ambulante e as crônicas da Idade Média; a carta particular, a carta destinada ao público, a carta de notícias, o novelismo de boca, de café e de rua, a sátira verbal, a escrita, em prosa ou em verso, o pasquim e a gazeta à mão, no Renascimento e na Idade Moderna, representam estados sucessivos do jornalismo, antes da tipografia. A chegada de um grupo de jograis a um castelo medieval, por exemplo, ou de uma gazeta manuscrita a um destinatário da província é exatamente comparável à chegada de um jornal, hoje, aos seus assinantes, ou à irrupção da voz do locutor num receptor de rádio ou de televisão. Assim, pode-se dizer que o jornal como conhecemos atualmente configura um dos estados do jornalismo.

3.2. A transformação e a consolidação da imprensa

Ao inventar a máquina de imprimir, Gutenberg inaugurou uma nova era na transmissão de conhecimentos e, a partir de então, a tecnologia da reprodução de textos possibilitou tanto o surgimento de vários gêneros textuais quanto um maior acesso por parte dos leitores à informação e uma atitude menos passiva diante dos variados textos, o que Eisenstein (1998) trataria como uma grande explosão do conhecimento.

A invenção de Gutemberg resultou de necessidade social, que o “desenvolvimento histórico gerou e que estava vinculada à ascensão burguesa, em seu prelúdio mercantilista” (SODRÉ, 1983, p. 02). Os diários tornaram-se comuns e populares no século XVIII e juntamente com os romances constituíram duas novas formas literárias, participando da ativação da vida social, recebendo cartas de leitores e estimulando o hábito da leitura (PESSOA, 2002).

No Brasil, tal tecnologia só chegou quatro séculos depois de sua invenção, com a chegada da família real em maio de 1808, quando foi criada a Imprensa Régia e com ela surgiu o jornalismo brasileiro. O atraso da imprensa no Brasil deve-se, segundo Romancini & Lago (2007, p. 19 - 21), à natureza feitorial da colonização, ao atraso das populações indígenas, à predominância do analfabetismo, à ausência de urbanização, à precariedade da burocracia estatal, à incipiência das atividades comerciais e industriais, e ao reflexo da censura e do obscurantismo metropolitanos.

Com a chegada do regente, ocorre uma grande transformação no Brasil, no começo do século XIX. Dom João e seus ministros dão início a vários empreendimentos. Entre eles a elevação do Brasil à categoria de reino em 1815, a ampliação da instrução com abertura de escolas, melhoramentos urbanos, a criação da imprensa régia que fez surgir o jornalismo brasileiro.

A partir de 1821, com o retorno de dom João VI a Portugal, houve uma expansão da atividade jornalística, reflexo do ambiente de discussão que se instaurava em torno “do tipo de nação que o Brasil deveria ser, quando a Independência tornou-se uma questão consensual” (Romancini & Lago, 2007, p. 30). Vários jornais surgiram, alguns com curta duração, como o *Revérbero*

Constitucional Fluminense, a Malagueta, O Sentinela da Liberdade na Guarita de Pernambuco, a Thyphis Pernambucano entre outros, e participaram na condução dos debates procurando influenciar o público tanto quanto a dom Pedro I, que tendo permanecido no Brasil, proclamou a Independência em 1822 e foi aclamado imperador.

Em 07 de novembro de 1825 é fundado o Diário de Pernambuco por Antonino José de Miranda Falcão que adquiriu do governo a Tipografia Nacional, antiga Oficina do Trem de Pernambuco. Como já dissemos, trata-se do jornal mais antigo em circulação na América Latina, *slogan* este inserido ainda hoje, nas edições diárias, logo abaixo do seu grande logotipo no alto da capa.

Sendo assim, o Diário de Pernambuco “testemunha as etapas do jornalismo e da tipografia desde o componedor e a caixa de tipos, a impressora rústica, a linotipo e a rotativa à *offset* e ao computador”, como diz Bahia (1990b, p. 39). Esse fato indica sua importância documental como fonte rica também para a compreensão dos processos de origem e evolução dos gêneros jornalísticos.

Alguns autores identificaram períodos de transformação do jornalismo ou de gêneros jornalísticos. Freire (2009), por exemplo, apresenta as fases tipográfica, litográfica e digital para o jornalismo. Já Pessoa (2007, p. 548) propõe três fases da história das notícias influenciadas por tecnologias de difusão como cartas, telegramas e rádio. A nossa proposta, apresentada a seguir, assemelha-se a desses autores.

3.3. Uma proposta de periodização para as capas de jornal

Ao observar como as capas do Diário de Pernambuco se mostraram ao longo de 180 anos, identificamos 4 fases de transformações em função das mudanças observadas. A periodização aqui proposta não estabelece datas precisas, mas distingue a predominância de determinadas características que estabilizaram o gênero capa de jornal. Tais características foram determinadas tanto pelas tecnologias empregadas na produção do jornal e pelas tendências jornalísticas, como pela influência de outros meios de comunicação.

a) Primeira fase: predomínio do texto escrito (1825 – 1890)

A primeira fase das capas do Diário de Pernambuco caracteriza-se pela presença marcante de textos escritos e coincide com a época do jornalismo político-literário, cujo interesse principal era formar opinião. Predominante, portanto, nesta época, era a publicação de gêneros opinativos como cartas de leitor, editoriais, entre outros. Trata-se de um período marcado inicialmente por polêmicas políticas e pessoais e como diz Gomes (2007, p. 91), “seguido por um contexto de organização intelectual e aumento do nível de alfabetização”.

DP 07/11/1825



Fig. 16

De início, o Diário de Pernambuco se propunha a publicar anúncios e notícias, optando por não seguir uma vertente doutrinária, como a maioria dos jornais de então. Isso não significava uma atuação jornalística neutra, pois de acordo com Gomes (2007, p. 80), o Diário “sempre movimentou polêmicas e tomou posições em seus editoriais, apesar do caráter moderado e conservador”.

O estilo do Diário de Pernambuco era condizente com as necessidades de informações dos leitores da época. Na opinião de Jambo (1975, p. 76), talvez se tratasse apenas de uma experiência e primeiramente, precisaria

“firmar-se como jornal cotidiano, de características simplesmente comercial-informativas, para depois, desanuviados os tempos de repressão política e vigilância à palavra escrita, enveredar pelos caminhos da defesa dos ideais e debates dos problemas da comunidade.”

A capa do primeiro exemplar do Diário de Pernambuco, de 07 de novembro de 1825 (fig. 16), trazia, além dos dados contextualizadores, número, nome do jornal e data, destacados entre linhas horizontais, um editorial disposto em duas colunas. Na introdução desse editorial, o Diário de Pernambuco se apresenta como “diário de anúncios”: *“Faltando nessa cidade assaz populosa um Diário de Annuncios, por meio do qual se facilitassem as transacções, e se communicassem ao público notícias, que a cada um em particular podem interessar, o administrador da typografia de Miranda e Companhia se propoz a publicar todos os dias da semana excepto os Domingos somente o presente diário...”*.

Ao longo do texto, o Diário convida as pessoas a escreverem anúncios de “compras, vendas, leilões, aluguéis, arrendamentos, aforamento, roubos, perdas, achados, fugidas e apprehensões de escravos, viagens, afretamentos, ama de leite etc”. Ainda se encaixam no texto anúncios, informes sobre movimentações portuárias, avisos que, segundo Pessoa (2005), confirmam o propósito do jornal como “diário de anúncios” e se situam na dimensão discursiva da atividade comercial. É interessante observar, desde já, que não existiam, nessa época, chamadas de capa; a capa era também a primeira página do jornal.

25/08/1826



Fig. 17

Nesse período costuma-se publicar nas capas do Diário, o nome do santo do dia, como se pode ver “S. Florêncio” e “S. Luiz”, nos exemplares de 07 de novembro de 1825 (fig. 16) e de 25 de agosto de 1826 (fig. 17), respectivamente, e informações sobre marés, na tábua de preamar e baixamar.

Já em 1826, ao mesmo tempo em que servia aos negócios, o Diário participava dos debates e agitava a vida recifense, abordando tanto os temas locais mais importantes, particulares, como enfocando temas e ideias nacionais. Sua participação até mesmo em disputas de adversários pessoais revelava que naqueles dias, para se fazer um jornal bem lido e popular, também era necessário refletir entrechoques, lutar, atritar... (JAMBO, 1975, p.

83), e, sobretudo, como disse o próprio Diário (1827), era preciso defender “a liberdade de escrever e publicar os nossos pensamentos, convertendo-os em fatos por meio de sua publicação por escrito”.

A transcrição de textos publicados em outros jornais era uma prática comum. Na edição do Diário de Pernambuco de 25 de agosto de 1826 (fig. 17), por exemplo, uma carta dirigida ao “Sr. Redactor”, disposta em duas colunas, ocupava toda a capa e seguia nas páginas interiores do jornal. Nessa carta, um leitor, o ouvidor de Olinda, Luís Ângelo Vitório do Nascimento, reclamava por ter sido caluniado em matéria publicada na Gazeta Paraibana, transcrita e publicada no Diário de Pernambuco na edição anterior nº 43. O ouvidor denunciou Falcão à justiça e em agosto de 1827, o Tribunal considerou a denúncia improcedente. Foi o primeiro processo de imprensa no Brasil (DUARTE, 2005, p. 23).

DP 01/12/1828

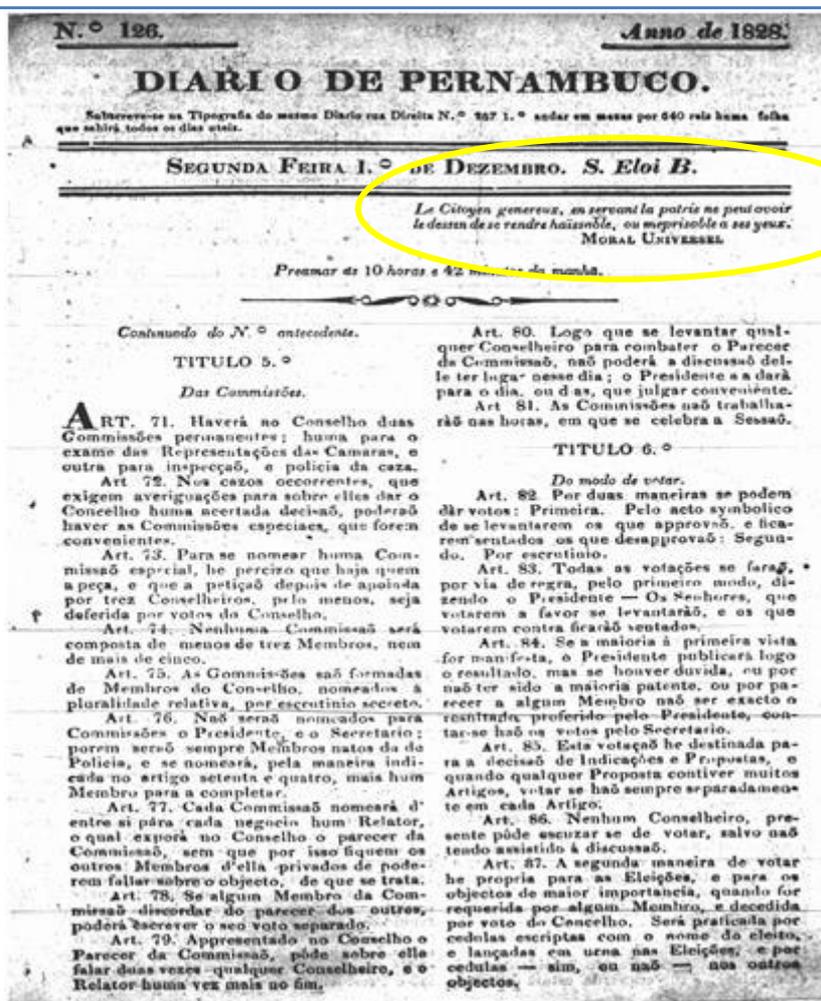


Fig. 18

O Diário de Pernambuco era publicado todos os dias, com exceção dos domingos e constituía-se de 4 páginas, no formato 24,5 x 19 cm. Embora se usasse o prelo de madeira manual, impressão quase artesanal, podemos observar nas capas do Diário de Pernambuco dessa época, uma preocupação com o visual: o uso de caracteres tipográficos variados para o nome do jornal, o nº da edição, a data, a introdução e seções, as linhas de separação, a disposição do texto nas colunas eram os principais recursos utilizados para imprimir harmonia e equilíbrio às capas, criando um padrão visual agradável (Kress e van Leeuwen, 1996).

Também documentos eram publicados nas capas do Diário e algumas vezes, ocupavam mais de uma edição, como o que podemos ver na capa do exemplar do dia 01 de dezembro de 1828 (fig. 18), no qual os artigos de um regimento de eleição se sucedem em duas colunas da mesma largura. A utilização de epígrafes nas capas indicava a postura do jornal ao mesmo tempo em que promovia o periódico. Na capa dessa edição, por exemplo, identificamos uma epígrafe em língua francesa: “La Citoyen genereux, en servant la patrie ne peur avoir le dessin de se rendre haïssable, ou meprisable a sés yeux (sic).¹¹ Moral Universal”, logo abaixo dos dados contextuais. Ornatos¹², capitulares, caracteres variados eram recursos gráficos usados para embelezar as capas.

Em fevereiro de 1835, Antonino desfez-se da empresa, vendendo-a a Manuel Figueroa de Faria, homem de negócios nato que joga tudo no empreendimento. Instala a tipografia da nova firma no pátio da Matriz de Santo Antonio e a dois de maio de 1835, consegue fundir o Diário de Pernambuco ao bem posto *Diário da Administração Pública* tornando-o órgão oficial dos governos provinciais e estaduais (JAMBO, 1975).

¹¹ Tradução: “O cidadão generoso, servindo à pátria não tem medo de tornar-se detestável, ou desprezível aos seus olhos”.

¹² Segundo Erbolato (1981, p. 22), ornatos de forma e tamanho diversificados eram utilizados pelos jornais e revistas para destacar as matérias, enquadrar ou cercar anúncios.



Fig. 19

Nesse período, os textos passaram a ser dispostos na capa em quatro colunas e houve uma modificação no cabeçalho. Surgiu outra epígrafe que se manteve nas capas até a edição de 10 de janeiro de 1845 do nosso *corpus* de pesquisa, que consistia do seguinte trecho do texto da Proclamação da Assembléia Geral do Brasil: “*Tudo agora depende de nós mesmos, da nossa prudência, moderação e energia; continuemos como principiamos e seremos apontados com admiração entre as Nações mais cultas*”. Também informações sobre publicação de anúncios no Diário, câmbio, santos do dia, tábua de maré e partidas dos correios terrestres, figuravam, agora, acima do nome do Diário de Pernambuco, que, na condição de órgão oficial, trazia o brasão imperial no centro da parte superior da capa (fig. 19).

As informações sobre as repartições públicas passaram a dividir o espaço das capas do Diário com informações comerciais, de importação e exportação, portuárias e marítimas, pauta do preço do açúcar e do algodão. As notícias¹³ estrangeiras, como é possível ver na edição de 03 de janeiro de 1840 (fig. 19), ocupavam boa parte das colunas e eram oferecidas integralmente ao leitor já na capa.

DP 10/01/1845



Fig. 20

Na capa do Diário de Pernambuco de 10/01/1845 (fig. 20), poucas mudanças podem ser observadas. Na faixa acima do nome do jornal, agora mais estreita, o emblema junto às informações contextualizadoras do jornal,

¹³ As “notícias”, evidentemente, ainda não tinham a configuração atual; segundo Pessoa (2007, p. 547 - 558), tendiam mais para o comentário e só com o advento do telégrafo, “a oscilação entre opinião e informação vai pender para o lado da informação”. Esse autor refere-se ao telegrama como “uma primeira forma de notícia moderna”.

seguidas por informações sobre publicações, endereço, epígrafe e das seções “Partida dos correios terrestres”, “Santos e dias da semana”, “Câmbio”, “Tábua de maré” e “Fases da lua”. As quatro colunas são ocupadas pelas seções “Parte oficial”, onde se podem ler notícias sob o título “Governo da Província” e “Exterior”, onde se encontram as notícias internacionais. O nome do jornal, destacado entre filetes, traz outra tipologia.

De acordo com Jambo (1975), o grande momento de popularidade do Diário de Pernambuco, no século XIX, aconteceu a partir de 1850. Na primeira metade deste século, Manoel Figueroa de Farias entregou-se ao aprimoramento da imagem gráfica do seu jornal. Ampliou-lhe as dimensões e os noticiários, tornou a impressão mais limpa e nítida para competir com os jornais da corte quanto ao aspecto e conteúdo. Já em 1854, segundo Bahia (1990b, p. 38), o Diário de Pernambuco, considerado um dos melhores jornais do Brasil, disputava com o Jornal do Commercio, do Rio de Janeiro, o título de “jornal mais completo do Império do Brasil”.

DP 10/01/1850



Fig. 21

Na edição do Diário de Pernambuco de 10 de janeiro de 1850 (fig. 21), observamos algumas mudanças na diagramação da capa. Agora um espaço menor, acima do nome do jornal, dedicado às seções: *Partidas dos correios*; *Fases da lua*; *Preço da assinatura*, *Santos do dia* e *Comércio*. Nesta última, era possível se obter informações sobre o preço do ouro e da prata. O emblema imperial ainda figurava no alto da página, porém num tamanho menor junto a outras informações como a data e o número da edição. O número de colunas passou a cinco, nas quais se sucediam os textos das seções *Parte oficial*, *Exterior* e *Interior*, onde constavam, respectivamente, informações do *Tribunal da Relação*, notícias internacionais e nacionais. Já a seção *Variedades* que mostramos no detalhe ampliado da figura (21), trazia, nesta edição, um texto sobre uma cidade da Itália. Na última coluna, uma relação dos batizados da freguesia de S. Antonio do Recife no mês de dezembro de 1849.

DP 07/05/1857



Fig. 22

Agora com uma impressão mais limpa, o Diário de Pernambuco (fig. 22), trazia logo abaixo do nome, seis pequenas seções com os seguintes títulos:

Encarregados da subscrição do norte; Partidas dos Correios; Audiências dos Tribunais da Capital; Ephemerides do mez (fases da lua e preamar); Dias da semana e Encarregados da subscrição do sul. Abaixo, em sete longas colunas, as seções Parte oficial; Exterior e Interior se sucediam.

A expansão da imprensa periódica durante o século XIX impulsionou a vida intelectual da época e foi fundamental tanto para a transmissão de informações quanto como fonte de instrução (SALES, 2007, p. 45). O jornal passou a ser veiculado, também, como meio de entretenimento e um dos estímulos a essa prática foi a publicação diária, na parte inferior da capa, de uma peça literária seriada: o folhetim (fig. 22).

02/08/1866



Fig. 23

Há mais de vinte e cinco anos no comando de Manoel Figueroa de Faria, o Diário de Pernambuco ganhou um novo formato, bem maior em relação aos seus 24 ½ X 19 centímetros do número inicial e seu acervo tipográfico foi

ampliado. Com a sua morte em 01 de agosto de 1866, o jornal passou a ser comandado por seus filhos. Na figura 23, mostramos a capa do Diário de Pernambuco, enlutado com a morte do Comendador Figueroa.

A capa de 02 de agosto de 1866, dia seguinte ao da morte de Figueroa, trouxe um texto em homenagem ao falecido comendador. Disposto em quatro colunas, dentro de uma moldura preta e branca, sugerindo luto, o texto descrevia a trajetória de Figueroa como proprietário do Diário. Dentro de cada quadro preto que compõe a moldura desenhos de cruces, ampulhetas, troféus e caveiras. Encabeçando o texto, ao invés de um título, uma ilustração de um túmulo com um anjo guardião.

Embora os textos verbais predominassem durante essa época nas capas do Diário de Pernambuco, técnicas de reprodução de imagens como xilografia, talho-doce e litografia eram utilizadas e aperfeiçoadas desde os primórdios da imprensa no século XV (ANDRADE: 2004). Curioso o fato da primeira gravura usada pelo Diário ter sido estampada, segundo Jambo (1975, p. 163), em uma “última página” de uma edição de 1843. Duarte (2005, p. 33) acrescenta que se tratava de um desenho de uma “carruagem aérea a vapor”, ou seja, um projeto de máquina de voar e que havia sido reproduzida do Jornal do Commercio do Rio de Janeiro. Isso, na primeira metade de século XIX, significou um avanço do ponto de vista jornalístico e gráfico. Nas capas do Diário de Pernambuco dessa época, como se pode observar em nosso *corpus* de pesquisa, o uso de ilustração ainda não era constante.

O telégrafo, criado em 1844, representou uma grande transformação no sistema de comunicação (Pessoa: 2002); abriu-se um novo campo de interação. Segundo Jambo (1975, p. 173), a Agência Americana passou a fornecer o noticiário nacional e a Agência Havas, o noticiário do exterior e em julho de 1874 foi inaugurado o serviço telegráfico do próprio Diário.

Jambo (1975, p. 171) ainda relata que, neste período, “embora assinalado como um dos mais vibrantes para o jornal do ponto de vista cultural-jornalístico”, o Diário de Pernambuco passou por dificuldades de ordem política e econômica, com o aumento do preço do papel e dos acessórios gráficos vindos da Europa e suspensão da publicação dos Atos Oficiais do governo, o que diminuiu o prestígio do periódico.

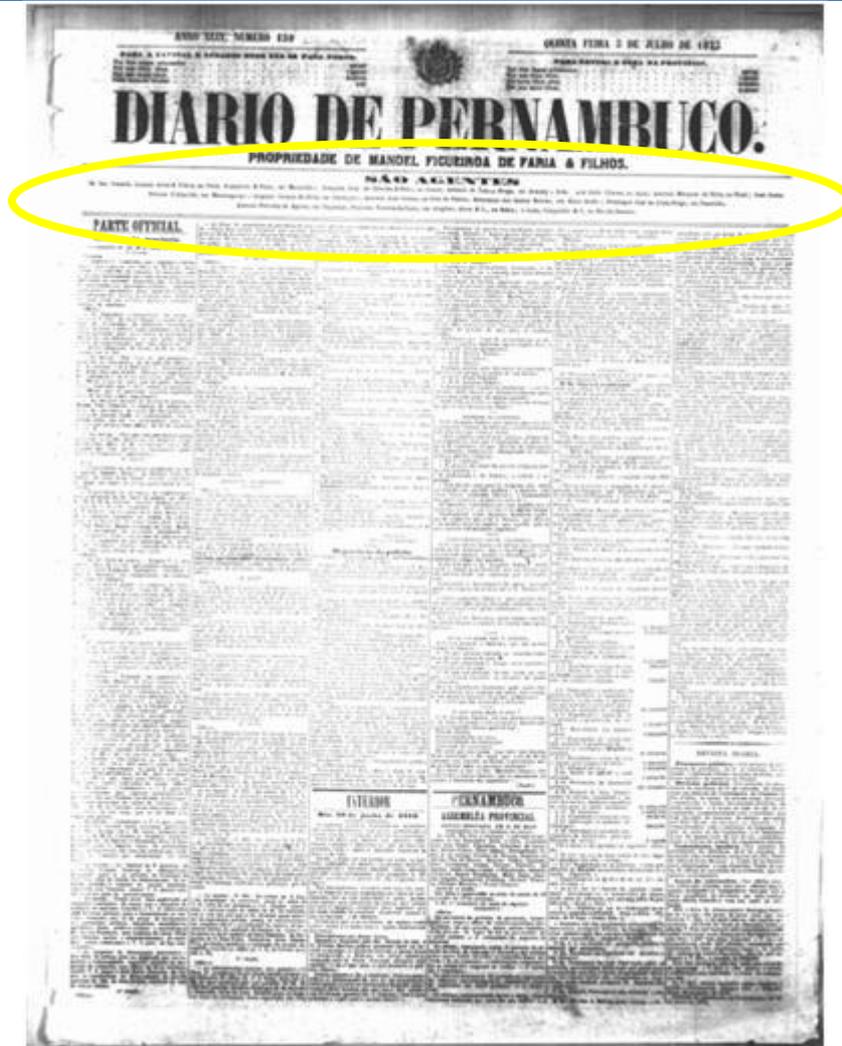


Fig. 24

Na capa do Diário de 03 de julho de 1873 (fig. 24), verificamos duas relações de preços do Diário ao lado do emblema e a seguinte frase: “Propriedade de Manoel Figueiroa de Faria & Filhos”, logo abaixo do nome do jornal. Também uma relação com os nomes dos agentes passou a constar nas capas, abaixo do cabeçalho, como é possível ver no detalhe ampliado (fig. 25); um indício da profissionalização da atividade do correspondente/jornalista¹⁴.

¹⁴ Segundo Bazerman (2005, p. 94) um dos elementos das cartas que ainda permanecem na indústria jornalística “são os repórteres mantidos em cidades e países distantes”, os correspondentes.

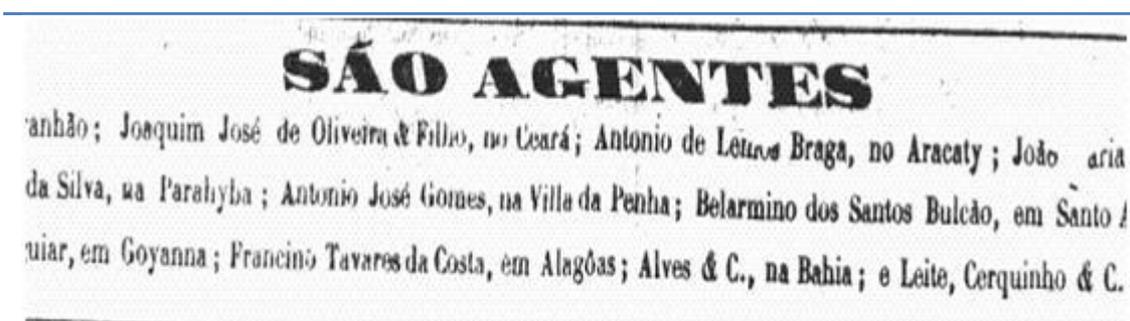


Fig. 25

De acordo com Romancini & Lago (2007, p. 53), na segunda metade do século XIX, houve um crescimento da profissionalização e da especialização do setor jornalístico, em contraste com o jornalismo de “um homem só” que marcou o início da atividade no Brasil. O desenvolvimento da imprensa e dos transportes tem uma estreita relação. O navio a vapor, os melhoramentos nas estradas, nas rodovias e ferrovias, aliados ao uso do telefone, reforçarão, na virada do século XIX, a figura dos correspondentes.

Na capa da edição de 07 de julho de 1878, na figura 26, além das seções já recorrentes *Parte oficial* e *Exterior* aparece um *editorial* com o título Diário de Pernambuco e uma nova seção: a de *Telegrammas*. Pesquisando os editoriais, Gomes (2007, p. 132) percebeu que quando o jornal ainda não era organizado por semelhança de assuntos, havia uma grande mobilidade do editorial no suporte. Eles apareciam ora com título, ora sem título, na capa ou nas páginas internas, muitas vezes sem identificação, porém com clara atribuição da palavra ao jornal.

Interessante observar o diálogo entre o telegrama e o editorial publicados na capa do dia 07 de julho de 1878; trata-se de um editorial que comenta o fato transmitido pelo telegrama, como podemos ver com destaque na figura 26.



Fig. 26

No fim do século XIX, sob a influência do telégrafo, houve uma maior difusão de informações de interesse do público em geral; as notícias, antes difundidas principalmente por cartas, agora circulavam com mais facilidade¹⁵. Os jornais, lentamente, vão assumindo um aspecto telegráfico-informativo e as

¹⁵ Romancini & Lago (2007, p. 70) dizem que na década de 1830, uma carta postada na Inglaterra levava de cinco a oito meses para chegar à Índia, e a resposta demorava até dois anos para regressar; depois do telégrafo submarino, esse mesmo processo poderia durar apenas um dia.

capas de jornal vão se transformando no que McLuhan (1970, p. 279) denomina de “mosaico de recortes desconexos num campo unificado por uma data”.

DP 07/04/1885



Fig. 27

Os gêneros opinativos e literários ainda são predominantes nesse período, porém, aos poucos, cederão lugar às seções com textos informativos. Apesar de já haver uma valorização da reportagem e da notícia, ainda podemos visualizar na capa do Diário de Pernambuco de 07 de abril de 1885 apresentada na figura (27), uma nova seção denominada *Instrução Popular*, onde se publicavam poemas e outros gêneros literários extraídos de jornais.

O ano de 1888 foi polêmico em virtude da intensificação da luta contra a escravidão. Segundo Jambo (1975, p. 201), o Diário de Pernambuco se manifestava como antiescravista. Quando a abolição ocorreu, em 13 de maio de 1888, o Diário de Pernambuco, comemorou de forma contagiante e

calorosa. Chegou a suspender a própria circulação por regozijo e imprimiu no dia 17 de maio uma edição especial com o texto da Lei Áurea. A notícia do decreto de abolição chegou ao Recife por telegrama recebido pelo Diário que logo o publicou em boletim. Por muitos dias a população recifense comemorou. Dois anos mais tarde, no dia 13 de maio de 1890, o Diário de Pernambuco publicou na capa um editorial em comemoração ao aniversário da abolição, como podemos ver no detalhe ampliado da figura 28.

DP 13/05/1890



Fig. 28

Até então, os jornais vendidos geralmente por assinaturas, eram adquiridos para serem colecionados e lidos por homens letrados. Como diz Buitoni (1986), não precisavam de capas com os atrativos que hoje facilitam a venda no confronto com outros periódicos em uma banca. Os textos escritos ainda predominavam nas capas e, apesar de já se usar o prelo mecânico, apenas a dimensão dos caracteres, o negrito dos títulos e os filetes e fios de separação indicavam a técnica de diagramação.

Com base na descrição das capas do Diário de Pernambuco até aqui realizada, é possível afirmar que o caráter persuasivo sempre caracterizou o gênero capa de jornal. O convite aos leitores para publicação de anúncios no editorial publicado na capa do primeiro exemplar, a publicação de cartas de leitores, epígrafes, folhetins, poemas, editoriais, o uso variado de fontes e ornatos, tudo revela esse caráter.

b) Segunda fase: presença de imagens, surgimento das manchetes e chamadas (1890 – 1950)

A segunda fase de transformação das capas do Diário de Pernambuco inicia-se na última década do século XIX e se prolonga até meados do século XX. É um momento, como diz Bahia (1990b, p. 105), caracterizado pela “aventura industrial, - mais investimentos, renovação do parque gráfico, maior consumo de papel” – que traz aos jornais a dimensão de empresa. Nesse período de transição, ocorre no mundo, um grande desenvolvimento da imprensa periódica e, como dizem Romancini & Lago (2007, p. 67), foi nesta época que o “jornal tornou-se um produto de consumo corrente”.

Apesar do descompasso entre o Brasil, onde a industrialização começava a crescer, e os países capitalistas mais avançados, “é ao longo desse período que o modo de produção do jornal moderno sepultará o fazer artesanal da imprensa”, acrescentam os autores. A lógica da empresa capitalista passa a organizar a produção e quem não adota os equipamentos e as práticas modernas como as rotativas¹⁶, o telégrafo, o trabalho assalariado, a divisão de tarefas, etc., tende a desaparecer.

Outra importante mudança também vai se processando gradualmente: a que implica na valorização da reportagem e da notícia, do caráter mais informativo da imprensa, em detrimento dos gêneros opinativos. Tais gêneros ainda predominam nas capas por um bom tempo, mas apresentarão declínio, de modo que a notícia moldará o jornalismo a partir das primeiras décadas até os dias de hoje.

¹⁶ “Máquina de impressão que utiliza cilindros onde são acopladas as telhas fundidas das páginas a serem impressas através de papel em bobinas” (SILVA, 1985, p. 143).

Segundo Romancini & Lago (2007, p. 68), o crescimento da imprensa nos países desenvolvidos está atrelado a fatores sociais como o aumento dos níveis de instrução, o desenvolvimento da eletricidade, dos meios de comunicação e de transportes, a urbanização e o avanço das técnicas de impressão. Outro aspecto que concorre com a modernização da imprensa noticiosa no mundo está relacionado ao aparecimento das agências de notícias que tiveram maior atuação na comercialização da informação com o uso do telégrafo.

No Brasil, a tendência de mudança no jornalismo é lenta. O período de transição é iniciado de modo mais acanhado ainda no Segundo Reinado (1840-1889), quando uma imprensa pouco estruturada como negócio aspira ao jornalismo como empresa. Na primeira fase da República (1889 – 1930), o modelo de jornal opinativo, transforma-se, gradualmente, em jornal de notícias e reportagens.

DP 01/07/1905



Fig. 29

Essa tendência se revela nas capas do Diário de Pernambuco com a criação de uma nova seção, a de *reportagem*, como se pode ver na capa de 01 de julho de 1905 (fig. 29). Nesta seção, publicavam-se acontecimentos de toda ordem; os textos, evidentemente, apresentavam um formato diferente dos encontrados nas reportagens atuais, pois prevaleciam as colunas e os longos períodos e parágrafos. As manchetes e outros processos jornalísticos, que Luis Edmundo (apud SODRÉ, 1983, p. 282) afirma já serem conhecidos nas imprensas adiantadas do norte da Europa, ainda eram desconhecidos pelos jornais brasileiros.

Durante o século XIX, muito se investiu na impressão e composição de textos¹⁷ e os resultados agora começam a aparecer: as máquinas impressoras passaram por vários aperfeiçoamentos, o que promoveu uma renovação da imprensa; as velhas impressoras foram substituídas pelas rotativas e o componedor¹⁸, pela linotipo¹⁹. As máquinas de escrever, disponíveis nas casas especializadas desde a última década do século XIX, começam a ser assimiladas nas redações dos jornais.

Surgiram também outras importantes tecnologias para a reprodução de imagens, o que tornou possível a impressão de ilustrações²⁰ e fotografias em larga escala. A chegada desses equipamentos no Brasil foi lenta, devido aos

¹⁷ Segundo Andrade (2004, p. XI - XII), em virtude das incompatibilidades existentes entre a impressão tipográfica e os processos de reprodução de imagens disponíveis, em especial, a litografia, a integração do discurso verbal e visual, representava um grande desafio. No fim do século XIX, os processos de reprodução foto-mecânica se tornaram viáveis para utilização na imprensa periódica, o que possibilitou a impressão das imagens juntamente com o texto. Tais mudanças disseminaram-se, primeiramente, nos centros mais desenvolvidos, e só anos depois, no Brasil.

¹⁸ “Tipo de peça comprida, na qual o tipógrafo deposita os tipos, para posterior composição dos textos e títulos” (SILVA, 1985, p. 139).

¹⁹ Sistema de impressão mecânico sobre chumbo quente, baseado em caracteres móveis agrupáveis, criado por Otmar Mergenthaler em 1886, que “substituiu a tipografia gutemberguiana e deu mais liberdade aos paginadores, tendo, inclusive, acelerado doze vezes a velocidade de processamento de texto nas oficinas gráficas” (GONZÁLEZ, 1995 apud SOUSA: 2001, p. 344).

²⁰ Durante o século XIX, as ilustrações passaram da gravura para a rotogravura (com tons de cinza). No início do século XX os jornais imprimiam as ilustrações direto das fotografias (ANDRADE, 2004).

altos custos²¹. Porém, aos poucos, os grandes parques gráficos tiveram acesso às novas tecnologias (FONSECA, 2008, p. 62).

DP 07/11/1910



Fig. 30

No início do século XX, a publicação de fotografias e de ilustrações nas capas do Diário de Pernambuco, como também de outros periódicos brasileiros, restringia-se a ocasiões especiais, como é o caso da capa da edição de 07 de novembro de 1910 (fig. 30), dia dos 85 anos do Diário. São fotos de Antonino José de Miranda Falcão, Manoel Figueroa de Farias e Rosa e Silva, proprietários do jornal até então. Nesse período, as fotografias

²¹ No período da Primeira Guerra Mundial (1914 – 1918), os produtos importados utilizados pela indústria gráfica encareceram excessivamente. Houve, inclusive, uma crise do papel jornal (HALLEWELL, 2005 apud FONSECA, 2008, p. 75).

aparecem com formatos diversos: ora retangulares, ora ovais e por influência do estilo *art nouveau*²², às vezes emolduradas e decoradas por vinhetas. Os títulos também começam a ganhar destaque.

Em 1910, o Conselheiro Rosa e Silva determinou uma total reformulação no parque gráfico, revisão na qualidade da impressão e renovação do corpo editorial. Homem político, dos grandes centros urbanos, entregou o Diário de Pernambuco à direção de Artur Orlando que, segundo Jambo (1975, p. 210), “escolheu novo corpo redacional e com impecável disposição deu começo ao trabalho de colocar o Diário no desejado nível de bom gosto”. Em fevereiro de 1912, no entanto, por motivos políticos, houve dois episódios de depredação e empastelamento do Diário. Os estragos foram quase completos, diz Jambo (1975, p. 216), excetuando uma máquina “Marinoni”²³, tudo mais foi inutilizado”.

Em 1913, sob o comando de Carlos B. P. de Lyra, o Diário entra em novo ciclo de sua atividade jornalística. Foram vinte anos de realizações revolucionárias, em matéria gráfica, de impressão, como também de maior produção e difusão de notícias. Segundo Jambo, (1975, p. 238), “com o telégrafo sem fio, os primeiros aviões em combate sob os céus, o cinema em pleno aperfeiçoamento e com o encurtamento das distâncias, se impunha uma reformulação não só de técnicas, como de ideias”.

Nessa época, os títulos já aparecem nas capas em letras maiores. Segundo Barnhurst (1994, 166 apud Sousa, 2001, 343), isso permitiu “às pessoas menos alfabetizadas uma maior facilidade de leitura”. Por outro lado, os jornais precisavam “anunciar aos olhares mais desatentos os acontecimentos traumáticos e chocantes que crescentemente se sucediam: guerras internacionais, guerras civis, revoluções, etc.”

²² Tendência arquitetônica do fim do século XIX, também conhecida como estilo 1900 ou estilo Liberty, que valorizava o floreado, a linha curva e as formas orgânicas inspiradas em folhagens, flores, cisnes, labaredas etc. Conforme http://www.pitoresco.com.br/art_data/art_nouveau/index.htm

²³ Impressora rotativa tipográfica que se destacou no mercado e revolucionou o modo de impressão de jornais com a utilização de papel contínuo (RIBEIRO apud FONSECA, 2008, p. 63). A Marinoni, além de imprimir, contava e dobrava automaticamente os exemplares.

DP 03/08/1914

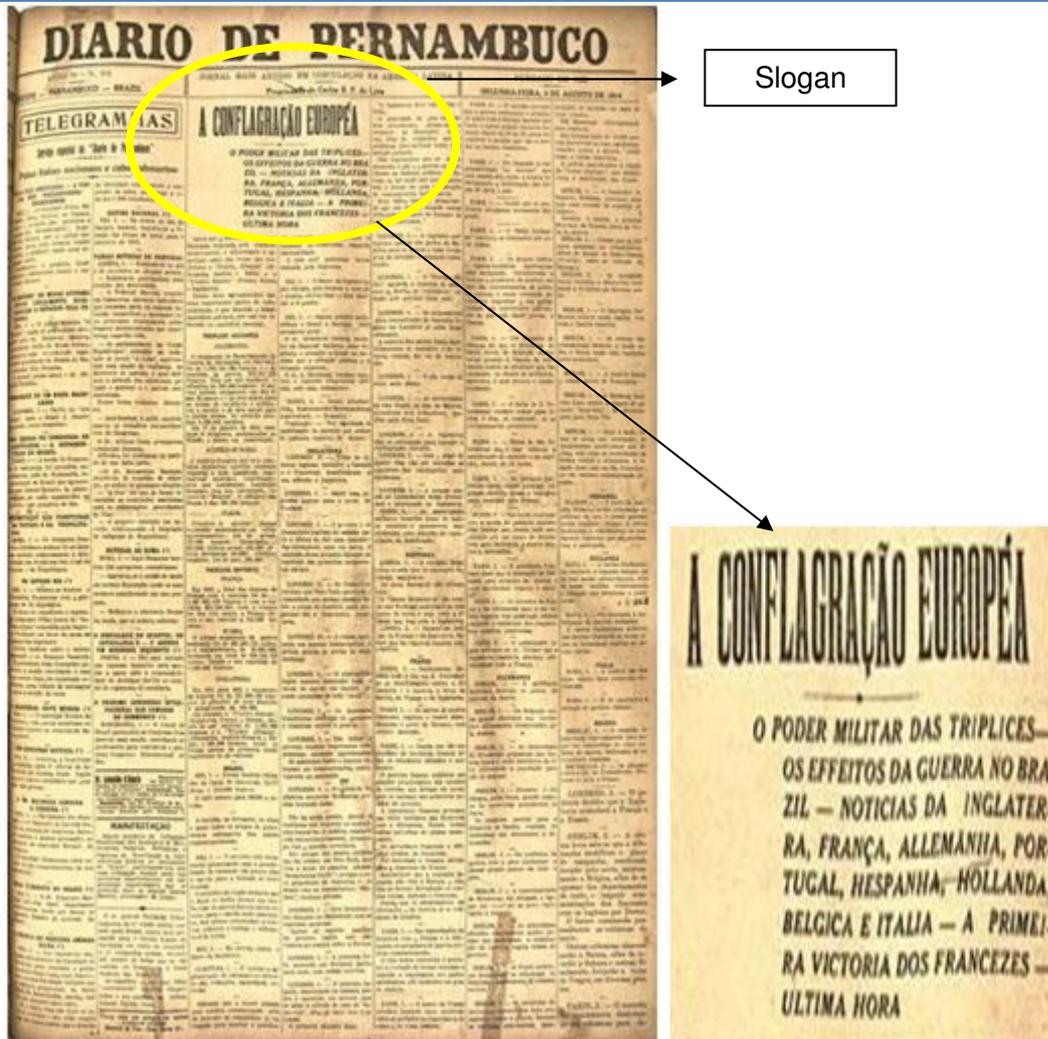


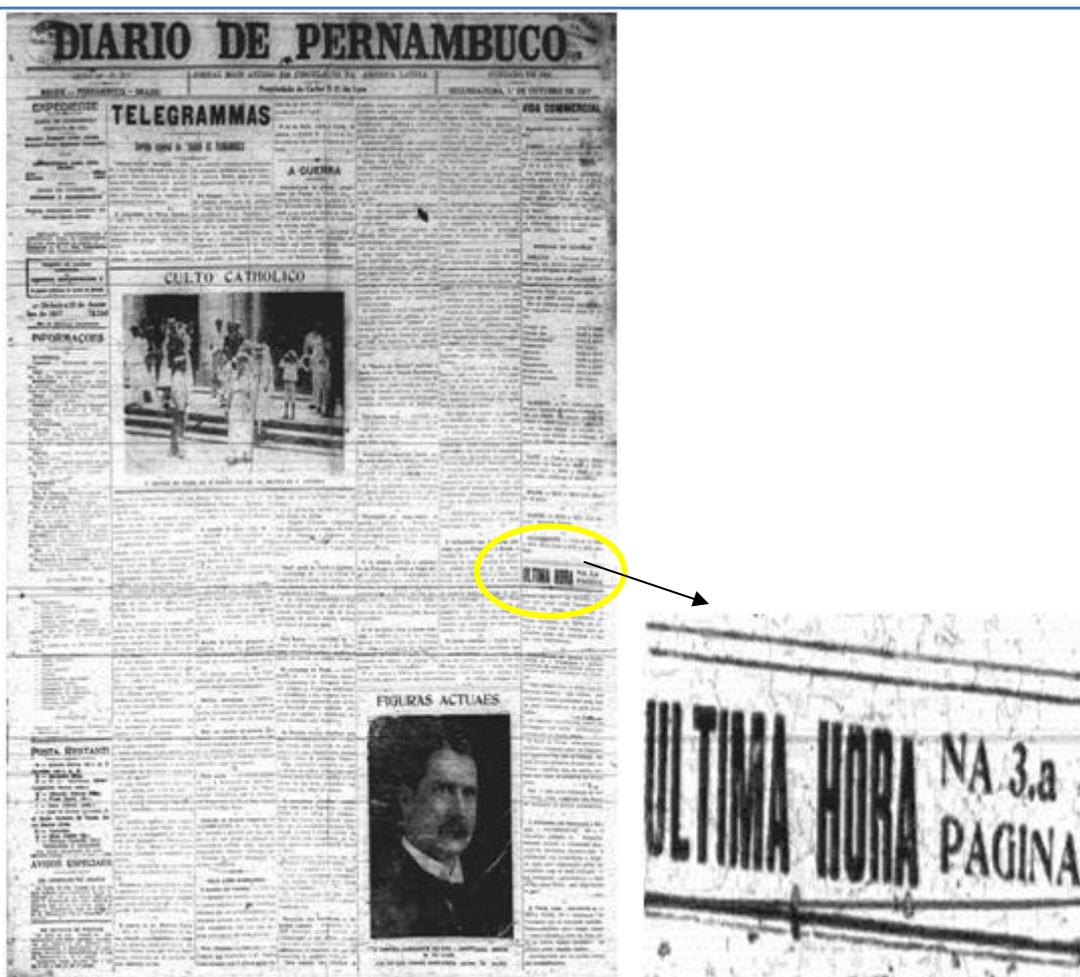
Fig. 31

Na edição de 03 de agosto de 1914 (fig. 31), por exemplo, em longas colunas, que agora somavam sete, é publicado um texto sobre a Primeira Guerra Mundial encabeçado pela *manchete*: “*A conflagração europeá*”. Logo abaixo da manchete, como vemos no detalhe ampliado, verificamos a seguinte sequência de títulos dos tópicos enfocados ao longo do texto: “*O poder militar das tríplices – Os efeitos da guerra no Brazil – Notícias da Inglaterra, França, Allemanha, Portugal, Hespanha, Hollanda, Bélgica e Italia – A primeira victoria dos franceses – Ultima hora*”. Observamos nesta edição, que logo abaixo do

nome do jornal, junto aos componentes contextualizadores, já havia sido inserido o *slogan* que se mantém até hoje: “*Jornal mais antigo em circulação na América Latina*”. É também interessante observar, que embora o texto não se encerre na capa, não há nenhuma marca que sinalize para a sua continuação na página seguinte.

No Brasil, os jornais diários esperaram anos para ter com regularidade fotografias em suas páginas²⁴. Segundo Morel e Barros (2003, p. 73), “somente na década de 1920, o fotojornalismo se tornou corrente em toda a grande imprensa diária”. Com o progresso da indústria gráfica, o Diário de Pernambuco passou a aprimorar seu aspecto visual, com a presença cada vez maior de ilustrações e fotografias.

DP 01/10/1917



²⁴ Segundo Morel e Barros (2003 p. 72), primeiro periódico brasileiro a publicar regularmente fotografias em suas páginas foi a Revista da Semana, em 1900.

Fig. 32

“Os primeiros usos da *fotografia* na imprensa, não apenas no Brasil, mas em todo o mundo, segundo Andrade (2004, p. 119), são de vistas e retratos”²⁵. O próximo passo, em todos os casos, é dado quando a imprensa começa a reproduzir *fotografias* que retratam cenas e fatos²⁶, não apenas localidades e pessoas.

Em relação ao uso de *fotografias*, o Diário de Pernambuco, em 1917, já se encontra na fase mais adiantada, pois exibiu na capa da edição de 01 de outubro de 1917, figura 32, duas fotografias; a primeira retrata uma cena e vem acompanhada pelo título “Culto Catholico” e a legenda “A sahida da missa de 10 horas hontem na matriz de S. Antonio”; a segunda, retrata uma pessoa e é acompanhada pelo título “Figuras Actuais” e pela legenda: “O contra Almirante Norte-americano David W. Taylor (Um dos mais notáveis construtores navaes do mundo)”. É possível observar nessa capa que as duas fotografias estão relacionadas aos títulos e legendas que as acompanham, porém são autônomas em relação aos outros textos dispostos na capa e nas páginas internas do jornal. Isso mostra como a integração entre textos verbais e escritos, nessa época, era pouco explorada.

Como temos visto, a diagramação das capas até então verticalizada e linear, com textos que percorriam sucessivamente as colunas, começa a incorporar novos elementos, como ilustrações e fotografias. E um aspecto que nos chamou a atenção ainda na edição do Diário de 01 de outubro de 1917, é que aparece na última coluna a seguinte *chamada* com destaque em negrito: “**ÚLTIMA HORA na 3ª página**”, como vemos no detalhe ampliado da figura 32. Trata-se da primeira ocorrência de chamada de capa no *corpus* pesquisado. Essa novidade, a chamada para as páginas internas do jornal, vai se firmar “como instrumento de navegação horizontal”, como diz Freire (2009, p. 298), nas décadas posteriores.

²⁵ Conforme Andrade (2004, p. 119), “a razão primeira para este fato reside na própria limitação tecnológica da fotografia naqueles tempos, quando as fotos de ação ainda não podiam ser facilmente realizadas, no âmbito da imprensa”.

²⁶ Para Andrade (2004, p. 120), “é aí, que se inicia a verdadeira história do fotojornalismo”.



Fig. 33

O uso de ilustrações e fotografias, grande atrativo do jornal diário, era sinônimo de atualidade e modernidade. Nas capas de 26 de fevereiro de 1922 (fig. 33) e de 01 de janeiro de 1925 (fig. 34), podemos ver como as ilustrações emolduradas com grandes títulos destacados em negrito, quebravam a monotonia das longas colunas de texto que tomavam as capas simetricamente diagramadas, tornando-as mais bonitas. Também é importante observar como elas registram a história e funcionam como uma memória social, capaz de eternizar pessoas, locais, momentos que provavelmente não se repetirão (BARTHES, 1984).



Fig. 34

Ilustrações e fotografias disputam por muito tempo o espaço das capas de jornal²⁷, principalmente em datas especiais, e gradativamente, a integração entre texto verbal e imagem²⁸ vai ocorrendo. Um exemplo dessa integração pode ser visto na capa da edição de 01 de janeiro de 1925, onde se vê um conjunto formado por ilustração (um anjo diante de um arco de luz com a frase “Ave 1925”), texto disposto em cinco colunas com o título *Anno Bom* e um quadro no rodapé da página com a seguinte mensagem: “*Aos meus prezados*

²⁷ Fonseca (2008) afirma que, nessa época, a impressão fotográfica era um processo muito oneroso para os jornais, o que justificava seu uso somente em ocasiões especiais.

²⁸ Segundo Andrade (2004, p. XI - XII), em virtude das incompatibilidades existentes entre a impressão tipográfica e os processos de reprodução de imagens disponíveis, em especial, a litografia, a integração do discurso verbal e visual, representava um grande desafio. No fim do século XIX, os processos de reprodução foto-mecânica se tornaram viáveis para utilização na imprensa periódica, o que possibilitou a impressão das imagens juntamente com o texto. Tais mudanças disseminaram-se, primeiramente, nos centros mais desenvolvidos, e só anos depois, no Brasil.

amigos, leitores e anunciantes, o Diário de Pernambuco saúda cordialmente pela festiva data de hoje, a todos desejando um venturoso 1925".

A produção de uma edição comemorativa é uma oportunidade ímpar de promover o jornal num ritual que funciona como publicidade. "Elas não são uma continuidade absoluta em relação à rotina produtiva (...) e trazem marcas gráficas que evidenciam se tratarem de produtos diferenciados" diz Matheus (2009). Na capa monotemática de 07 de novembro de 1925 (fig. 34), edição comemorativa dos 100 anos do Diário, a frase "Aos que se foram saudades... e sejam os vindouros dignos delles" e a ilustração se integram para retratar a evolução dos recursos tipográficos usados pelo jornal: o antigo prelo dos primeiros tempos do Diário de Miranda Falcão (1825) e uma máquina movida à eletricidade, a rotativa Duplex Tubular Press, com capacidade de tiragem de 30.000 exemplares por hora²⁹, inaugurada por Carlos Lyra (CAVALCANTI, 1983).

Em 1929, uma das consequências da Primeira Guerra Mundial, no setor econômico, foi uma grande crise de caráter mundial, iniciada nos Estados Unidos. Com a quebra da bolsa de valores em Nova York, contam Romancini & Lago (2007, p. 86), a situação econômica do Brasil deteriora-se, a exportação de café é a mais afetada e os fazendeiros exigem soluções do governo de Washington Luís que mostra incapacidade para resolver o problema. Usando como pretexto o assassinato do aliancista João Pessoa por João Dantas, simpatizante de Washington Luís, Getúlio Vargas e partidários organizaram o golpe e tomaram o poder. Vargas tomou posse do governo no dia 3 de novembro de 1930 e resolveu a crise, obtendo crédito para comprar e manter o preço no mercado. Encerra-se a Primeira República e inicia-se o Governo Provisório.

Na capa de 29 de julho de 1930, figura 35, que trata da morte de João Pessoa, observamos que os títulos ganharam maior destaque e passaram a cobrir várias colunas. A *manchete* "Presidente João Pessoa" aparece entre largos filetes em negrito, seguida dos títulos dos tópicos que compõem o longo texto sobre a morte do presidente. As colunas verticais, sempre da mesma largura e simetricamente arrumadas, ainda predominavam na capa.

²⁹ Conforme www.alepe.pe.gov.br/sistemas/anais/pdf/016_10-1-001-3-008.pdf



Fig. 35

Erbolato (1990, p. 205) conta que a revolução de 1930 tem

“uma identidade comum com a imprensa: o avanço da sociedade, mediante o aperfeiçoamento das instituições e a renovação do processo para a ordem e o progresso. (...) Os jornais se habilitam a incorporar ao seu papel os novos rumos ditados pela energia dos revolucionários.”

O progresso da imprensa reflete o desenvolvimento capitalista do país; novos valores são descobertos. Investimentos são feitos em siderurgia, mineração e a aviação comercial, inaugurada em 1928, é um símbolo de progresso. As cidades se modernizam e as reformas em andamento afetam a imprensa. As emissoras de rádio, que começaram a se expandir no país em

meados de 1920, estavam consolidadas e já haviam abandonado o caráter amador.

DP 07/10/1930



Fig. 36

Na capa da edição de 07 de outubro de 1930, figura 36, o tema focado é a Revolução de 1930. Nela, algumas colunas aparecem “quebradas” pela introdução de outros textos, sobre o mesmo tema, em novas colunas e por dois quadros com os títulos: “A ordem no interior” e “A Constituição do Governo revolucionário em Pernambuco”. Nesta capa, vê-se uma sequência de quatro *manchetes* separadas por “ornatos gráficos”, com diferentes caracteres e destaques em negrito; todas cobrindo as várias colunas que já não tinham a mesma largura, sendo as três do meio, mais estreitas. As *manchetes*

anunciavam: “Vencedora, a reacção nacional que os governos do Brasil tornaram inevitável”, “A hora é de frente unida para a obra de reparação”, “De reparação e não de vingança, assim o diz e quer o Governo Provisório” e “Será reprimido severamente qualquer atentado às pessoas ou propriedades dos adversários vencidos”. Trata-se do Golpe organizado por Getúlio Vargas e partidários da Aliança Liberal que tirou Washington Luís do poder.

As manchetes passam a cobrir várias colunas. Isso vai contribuir para a evolução do design de imprensa rumo à horizontalidade. Sousa (2004, p. 346) afirma que a “paginação horizontal e a preocupação em colocar as peças principais no espaço superior das páginas marcam uma nova etapa no grafismo de imprensa”. Nessa nova etapa, a hierarquização da informação e a funcionalidade gráfica, a diagramação prévia, começam a prevalecer.

É importante observar como novas tendências foram surgindo e sendo incorporadas pela imprensa. Essas tendências, na maioria das vezes, tiveram como base as necessidades oriundas das mudanças sócio-históricas. Segundo Pessoa (2002a), a criação do telégrafo, por exemplo, possibilitou o surgimento da manchete e do subtítulo. De acordo com esse autor,

“a manchete remonta aos sumários ou ‘comunicados em foco’ da época da guerra civil americana³⁰, quando os repórteres do campo de batalha, receosos de que seus comunicados não pudessem ser enviados de forma completa, começaram a pôr o principal aspecto da informação no primeiro parágrafo”.

Em 1931, já sob a direção de Chateaubriand, o Diário de Pernambuco ganhou novo fôlego, agora incorporado aos Diários Associados. Chatô, como ficou conhecido, considerava o Diário de Pernambuco, “a praça forte da liberdade”. Novas seções foram criadas no jornal e as notícias do mundo chegavam ao leitor com exclusividade através das agências United Press, da Agence Press, do International News Service, do British News Service e do Chicago Daily News.

³⁰ Também conhecida como Guerra de Secessão (1861 – 1865).

DP 11/11/1937

DP 23/08/1942



Fig. 37

Em 1937, o Diário de Pernambuco, como outros jornais brasileiros, noticiou a promulgação da Nova Constituição. Instaura-se o Estado Novo e embora a nova organização política em seu início e em anos posteriores tenha trazido entraves ao jornalismo, como dizem Romancini & Lago (2007, p. 95 - 99), há avanços nesta atividade em termos tecnológicos e de mercado. O início da Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945) não altera o pragmatismo da política externa do governo Vargas, porém quando os Estados Unidos entram na guerra, isso começa a mudar e o Brasil entra na guerra ao lado dos Aliados, como confirma a manchete “Brasil em guerra com a Alemanha e a Itália”, da capa do Diário de 23 de agosto de 1942 (fig. 37). Isso coloca em xeque a autoridade do Estado Novo. Os jornais, assim como o rádio, noticiam os fatos. O texto do rádio, segundo Bahia (1990a, p. 173) é “praticamente a manchete do jornal, e quando muito, o conjunto sumário de título, antetítulo e subtítulo”.

Fotografias do presidente Getúlio Vargas, do coronel A. Villa Nova e do general Eurico Dutra, estampadas na capa do Diário de Pernambuco de 11 de novembro de 1937 (fig. 37), popularizam a imagem das figuras políticas mais evidentes da época. As fotografias, os textos verbais dispostos na página e a *manchete*: “Com o apoio das forças armadas foi promulgada a nova Constituição brasileira, sendo dissolvidos o Senado e a Câmara” mantêm uma relação de “convivência pacífica” na capa.

As ilustrações, nessa época, começam a desaparecer das capas sendo ultrapassadas pela fotografia³¹. Fonseca (2008, p. 77) atribui esse fato ao deslumbramento com o uso da fotografia, ao invés da valorização das partes, tecnológica e artística e também à existência da censura Vargas, em 1937, quando as charges e ilustrações foram proibidas, permanecendo essas últimas apenas nos anúncios publicitários. Inicialmente, a chamada foto de imprensa conservava uma linguagem bem próxima do desenho e da pintura³² (BUIIONI, 1986).

As manchetes eram muito longas e solenes, “marcadas pela influência da eloquência” (PESSOA, 2007, p. 567); por outro lado, o uso de diferentes fontes nas manchetes e nos títulos indicava uma preocupação pela ordenação e hierarquização da informação. As notícias já não eram dadas integralmente na capa; os textos, apesar de longos, aproximam-se do estilo chamada de capa, pois, já podemos ver no final das colunas a indicação ao leitor para as páginas internas do jornal como: “Conclue na 2ª página”, na capa do Diário de 23 de agosto de 1942 (fig. 37).

Desde 1940, os anúncios publicitários³³ já haviam se consolidado e de acordo com Sodré (1983), houve uma resistência, por parte dos profissionais da imprensa, quanto ao espaço ocupado por eles no jornal. Na capa, os

³¹ Fonseca (2008, p. 77) atribui esse fato ao deslumbramento com o uso da fotografia, ao invés da valorização das partes, tecnológica e artística; e também à existência da censura Vargas, em 1937, quando as ilustrações e charges foram proibidas. As ilustrações permaneceram nos anúncios publicitários.

³² A foto-pintura, cruzamento de pintura e fotografia, ainda usada nesse período, “apresentava a vantagem de dispensar as longas e repetidas sessões de pose da pintura”, diz Vasquez, (2002, p.31).

³³ A publicidade teve um enorme crescimento durante a Revolução Industrial, devido às necessidades que industriais e comerciantes sentiam de escoar um número crescente de produtos num ambiente que se tornava crescentemente competitivo (SOUSA: 2001, p. 344).

anúncios, geralmente, de remédios e produtos alimentícios (fig. 38), apareciam no rodapé, pois, segundo o autor, notícias e anúncios não podem se confundir.

DP 10/07/1940



Fig. 38

Interessante observar como na capa de 10 de julho de 1940, *manchete, títulos, fotografia e legenda* já se integram para apresentar a notícia principal, que se refere à guerra. Os anúncios, que na edição nº 1 do Diário de Pernambuco apresentavam-se em forma narrativa, agora em meados do século XX, já adotam caracteres visuais e já se estabelecem como fator de manutenção do jornal. Chateaubriand soube aproveitar a propaganda para modificar a feição do jornal, (AMARAL, 1996).

Para Sousa (2001, p. 344), a inclusão de anúncios forçava a modificação dos conteúdos gráficos; e por serem mais funcionais, os anúncios teriam “alertado os paginadores para as possibilidades de uma paginação modular”.

Inclusive Evans (1985 apud Sousa, 2001, p. 344) sugere não terem sido apenas as tradições e as inovações ligadas à industrialização e à profissionalização da imprensa jornalística que influenciaram o grafismo. “As próprias peças jornalísticas o teriam feito”, diz esse autor.

DP 30/10/1945



Fig. 39

Na capa de 30 de outubro de 1945 (fig. 39), vemos que a frase “Órgão dos Diários Associados” já figurava junto aos componentes do cabeçalho, pois o Diário, como já dissemos, havia sido incorporado definitivamente aos Diários Associados. Nessa capa, podemos conferir através da manchete que a notícia

principal é a deposição³⁴ do presidente Getúlio Vargas e o clima de tensão gerado pela entrega do governo ao Supremo Tribunal. Toda a capa é ocupada por notícias com títulos em fontes e tamanhos diferentes, separadas por fios, tornando-a uma “colcha de retalhos”. A *manchete* e alguns títulos são destacados com pontos e estrelas. Algumas *chamadas* indicam a continuação da matéria nas páginas internas do jornal. Podemos ver que a simetria já não é prioritária, o que Sousa (2001, p. 349) acredita ter tido a influência de movimentos artísticos como o Cubismo e o Dadaísmo³⁵, que não valorizavam as composições simétricas.

Ao longo da descrição acima, constatamos que a valorização da informação e o desenvolvimento tecnológico fizeram a capa de jornal adquirir uma nova feição. A possibilidade de componentes como as imagens, legendas e manchetes; os textos remetendo o leitor para as páginas interiores do jornal, no estilo chamadas de capa, foram as mudanças mais significativas na definição da capa e de sua função, nesta fase.

c) Terceira fase: valorização das imagens e da diagramação (1950 – 1990)

Com o surgimento de outros meios de comunicação durante o século XX, os jornais impressos, detentores do monopólio da divulgação de notícias, segundo Erbolato (2006), passaram a ter sérios concorrentes. A radiodifusão, que havia surgido nos Estados Unidos em 1920, e a televisão, que se intensificou após os avanços tecnológicos surgidos com as necessidades da Segunda Guerra Mundial, fizeram com que os jornais impressos reavaliassem o seu papel como fonte principal de informação da sociedade.

No Brasil, a televisão chegou em 1950, trazida por Assis Chateaubriand e em quinze anos transformou-se numa indústria. A imagem trazida pela televisão apressou os jornais a acompanharem o seu ritmo e a satisfazerem às novas necessidades por ela criadas. Iniciou-se, então, uma fase de melhoria

³⁴ A má repercussão da campanha para presidente em 1945 e as manobras equivocadas de Vargas, como a nomeação de seu irmão como chefe da polícia do Distrito Federal, levaram à deposição do chefe do governo (ROMANCINI & LAGO, 2007, p. 103).

³⁵ O cubismo (1907) tinha como uma das características a geometrização das formas e volumes; já o Dadaísmo (1916) caracterizava-se pela oposição a qualquer tipo de equilíbrio.

visual dos jornais que, melhor paginados, passaram a organizar os conteúdos e deram-lhes mais profundidade (DINES apud ERBOLATO: 2006, p. 27). O jornalismo se desprende da “visão provinciana, tímida, de pequena tiragem, para ingressar na fase industrial”, diz Erbolato.

Sousa (2001, p. 347), por sua vez, explica que já na década de 40 os jornais experimentaram reformas gráficas relevantes. Os jornais do mundo inteiro “foram aos poucos hierarquizando e ordenando a informação e as fotografias assumindo um papel de ancoragem gráfica”. Esse novo momento histórico da evolução do design de imprensa apoiava-se nos princípios básicos do design de Eugene De Lopatecki, nos anos 30: contraste, balanço, proporção, ritmo e unidade. “A ordem foi-se impondo ao caos fazendo de cada jornal uma proposta de leitura e mapeamento da realidade social”, diz Sousa.

DP 05/04/1950



Fig. 40

Desde os anos 30, as manchetes do Diário de Pernambuco ocupam com regularidade a parte superior da capa de jornal cobrindo várias colunas. Agora, elas aparecem mais curtas, como a da capa de 05 de abril de 1950 (fig. 40), “Somente terça-feira a decisão de PSD”, que se refere à escolha de candidato às eleições para presidente. Os títulos variam no tamanho da fonte de acordo com a importância da notícia. Apesar de nem sempre estarem relacionadas, fotografia e manchetes funcionam como atrativos para a leitura do jornal. Também observamos, nesta capa, que os textos continuam longos, porém houve uma diminuição do número de temas chamados e uma maior preocupação com a hierarquização das informações. Os anúncios, geralmente ilustrados, continuam sempre posicionados no rodapé.

DP 01/01/1957



Fig. 41

Na capa do exemplar de 01 de janeiro de 1957, observamos uma preocupação em valorizar o texto com uma distribuição que o tornasse legível e atraente, “capaz de contaminar o leitor” (BAHIA, 1990a, p. 120). E esta contaminação parece estar relacionada à instantaneidade, à flexibilidade e à mobilidade da televisão. A capa destacada (fig. 41) apresenta uma organização onde manchetes, títulos, textos e fotografias são distribuídos de maneira dinâmica; as fotografias ocupam lugares estratégicos de visualização (centro ótico e zona morta); o tamanho e os destaques das fontes revelam a importância das notícias que já não são separadas por filetes, mas pelos próprios títulos. Fugindo ao tradicional, o espaço em branco é usado de forma criativa e inusitada, transmitindo leveza e despertando a curiosidade do leitor para a carta do editor publicada em diagonal.

Em 1959, o Jornal do Brasil realizou uma grande reforma que muito influenciou os outros jornais brasileiros. Tal reforma consistiu na melhoria do padrão gráfico e na forma de apresentação das notícias. De acordo com Ribeiro (apud FERREIRA JÚNIOR, 2003, p. 72), “havia um evidente interesse em fazer o jornal vender-se a si mesmo, publicando-se *chamadas* na primeira página (...) a capa passou a ser a vitrine do jornal.” Assim, a diagramação tornou-se de enorme importância.

Amaral (1986) esclarece que a necessidade de atrair e prender o leitor é uma tendência das empresas jornalísticas ocidentais cuja concepção capitalista faz do jornal uma indústria, um negócio; das notícias, uma mercadoria e do leitor, um consumidor. Trata-se de vender um produto e obter lucro.

A influência da televisão, as tendências do jornalismo americano, a evolução do design de imprensa, todos esses fatores incentivaram a renovação da apresentação visual dos jornais brasileiros. Erbolato, (1990, p. 120), ainda acrescenta que

“o movimento concretista dos anos 60 muito influenciou na embalagem desses veículos com uma diagramação de equilíbrio entre grandes massas e grandes claros, com coordenadas em retângulo, poucos ornamentos, grandes fotos. O espaço não ocupado pelo texto verbal ganhou destaque compondo o conjunto do texto e igualando-se em

importância semântica com a matéria jornalística. Assim, o suporte da linguagem perde a neutralidade que até então lhe era imposta”.

Como diz Erbolato (2006, p. 55 - 56), o leitor quer novidades, deseja saber sobre o que desconhece ou tem conhecimento superficial, por ter assistido ao jornal transmitido pelo rádio ou pela televisão; deseja saber sobre fatos que afetam a sua vida. Assim, os jornais procuram publicar as notícias que atinjam um maior número de leitores. Na capa do Diário de Pernambuco de 15 de janeiro de 1963, figura 42, a manchete noticiou: “Governo anuncia aumento de 60 a 70% nos preços dos combustíveis”. Certamente, essa notícia despertou o interesse de muitos leitores e provocou comentários e discussões entre grupos interessados.

15/01/1963



Fig.42

As fotos, bem posicionadas, aparecem nessa capa com clara intenção de atrair um número grande de leitores: aqueles interessados em saber sobre a greve na rede ferroviária e os que querem saber sobre a coroação do Rei Momo no Carnaval do Rio de Janeiro. Apesar dos textos ainda serem longos, a capa ganha uma aparência mais leve e as manchetes tendem a eliminar tudo que seja “supérfluo”, como artigos e adjetivos. Nota-se uma hierarquia quanto à colocação das matérias: a principal é indicada pela manchete em letras grandes, enquanto outras nacionais e internacionais, com menos destaque, recebem chamadas de capa e títulos em fontes menores.

DP 21/07/1969



Fig. 43

Até então, os jornais de grande circulação no Brasil não utilizavam impressão a cores; só nos anos 1990, a utilização da cor “tomou conta dos jornais diários brasileiros”, diz Ferreira Jr. (2003, p. 101). Porém, já se usava a cor em anúncios, em cabeçalhos e esporadicamente e de forma acanhada, nas capas de jornais. Na edição extra do dia 21 de julho de 1969 do Diário de Pernambuco (fig. 43), por exemplo, que foi dedicada à chegada do homem à Lua, a capa foi quase toda ocupada por uma grande ilustração e uma foto dos astronautas. A manchete, "A Lua é dos Estados Unidos", disposta na vertical em letras vermelhas grandes; a linha de apoio, em azul: "Apolo decidiu corrida espacial"; o desenho do astronauta e o “carimbo” Edição Extra em vermelho representaram uma ousadia, para a época, em relação ao uso da cor.

Segundo Bahia (1990b, p. 158), considerada a “notícia do século”, a chegada do homem à Lua foi o acontecimento sobre o qual mais se escreveu e que levou às maiores tiragens de jornais em toda a história da humanidade. Interessante a indicação do preço, do número de páginas e de cadernos da edição, no final dessa capa.

Nos anos setenta, a imprensa brasileira já comportava uma tecnologia de notícia equivalente às do Primeiro Mundo. Os processos de impressão haviam avançado com a adoção do *off-set*, no fim da década de sessenta, ainda no período militar (ROMANCINI & LAGO, 2007, p. 177). O *off-set* propiciou mais agilidade ao jornalismo; houve uma melhoria na reprodução de imagens e um consequente aumento na utilização de fotografias.

O Diário de Pernambuco era dirigido por João Calmon, Aníbal Fernandes, Mauro Mota, Costa Porto, Nereu Bastos e Antônio Camelo. No começo da década de 1970, Nereu implantou o sistema de composição eletrônica e impressão *off-set*, o que resultou na eliminação das máquinas de linotipos na feitura do jornal.

Nessa época, também houve uma conscientização, por parte dos jornais, do valor da diagramação, que segundo Silva (1985, p. 39), muitas vezes era “tratada como mero exercício de cálculos de espaços e escolha de tipos” e cuja significação era vista em linhas gerais, jamais se refletindo sobre as possíveis implicações do cruzamento de sua leitura com a dos aspectos linguísticos.

Essa conscientização gráfico-visual também foi consequência da lógica

econômico-industrial que levou os proprietários dos jornais a entenderem o jornal como um produto e a capa como uma embalagem. Os conceitos de marketing e de publicidade disseminados nessa época também foram importantes nesse processo. Assim, os diários impressos tornaram-se visualmente mais atraentes e agradáveis à leitura.

Nas capas do Diário de Pernambuco, observamos uma presença maior de fotografias que passaram a apoiar e a intensificar, cada vez mais os títulos e as manchetes. O par formado pela fotografia e pela legenda, esta última descrevendo as imagens como se as olhassem de fora, atuam como uma só unidade de informação.

DP 18/07/1975



Fig. 44

Na edição do Diário de 18 de julho de 1975 (fig. 44), o *cabeçalho*, a *manchete*, as *fotografias*, as *legendas* e as *chamadas de capa*, que já se tornaram recorrentes, compõem a capa. As grandes fotos da cheia, que desabrigou 10 mil pessoas em Pernambuco, ocupam tanto espaço quanto os textos verbais, ou seja, os textos e as imagens são distribuídos na capa de maneira quantitativamente equilibrada. A manchete, “*Cheia, angústia e morte no Recife*”, elaborada numa linguagem direta, adquire um ar sensacionalista. As legendas “*Vista aérea de Vitória de Santo Antão completamente alagada*” e “*Nas áreas mais vulneráveis do Recife, o êxodo começou à tarde. Moreno teve casas submersas*” explicam as cenas e dão maior destaque à matéria. Um logotipo, na parte superior da capa, lembra os 150 anos do Diário de Pernambuco.

19/12/1983



Fig. 45

Conforme Arruda (2006, p. 36), depois da “euforia do rádio e da televisão, os jornais mostraram-se estáveis, porém com um perfil diferente no aspecto editorial”. Os computadores chegaram às redações dos grandes jornais, ainda sem a participação da Internet, e o processo de produção de notícias começou a ser informatizado. Jornais, rádios e televisões tornaram-se semelhantes, também na embalagem.

Cada vez mais, os jornais procuram agradar aos leitores e segundo Lins e Silva (apud ROMANCINI & LAGO, 2007), a lógica adotada é a mercadológica. Parte-se do princípio de que o leitor, de uma maneira geral, tem pouco tempo para leitura e para atendê-lo melhor criam-se estratégias como colunas com informações de interesse e de fácil acesso para o público. Na capa do Diário de Pernambuco, por exemplo, surgiu uma coluna com pequenas notas, como se vê no destaque da figura 45, com informações sobre previsão do tempo, edição do dia, número de páginas e preços para venda nos dias úteis e domingos em Pernambuco, no Nordeste e em outros estados.

Também observamos que a presença de logotipos torna-se constante nas capas do Diário; nessa capa vemos à direita do nome do jornal, uma pequena imagem do prédio onde funcionava o Diário de Pernambuco, na conhecida Praça do Diário. Conforme Fomentão et al (2004), “a incorporação de elementos gráficos como logotipos é uma maneira de demonstrar, já nas capas das publicações, uma preocupação sócio-cultural” com os leitores e isso colabora para estimular o processo de fidelização.



Fig. 46

A legenda “Aplaudido pelo presidente José Sarney e pelo senador Humberto Lucena, presidente do Congresso Ulisses Guimarães assina o texto da nova Constituição brasileira” e a foto correspondente da capa do Diário de Pernambuco de 06 de outubro de 1988 (fig. 46) contam a história. “Ulisses Guimarães adverte: Traidor da Constituição é traidor da pátria”, anuncia a manchete. Trata-se da promulgação da “Constituição cidadã”, como foi chamada por Ulisses Guimarães, que teve como pontos mais discutidos, a redução do mandato para presidente da república, de cinco para quatro anos, e eleições diretas para presidente, a partir de 1989.

Observamos que as três fotos principais da capa em destaque apresentam o mesmo formato e tamanho proporcionais, e considerando o hábito de leitura

e a movimentação natural dos olhos pelas regiões de interesse de uma página impressa, foram dispostas em diagonal da esquerda para a direita. Essa preocupação com o leitor também se revela no aumento do número de notas com serviços como loteria, cotação do dólar, poupança, etc que agora ocupam um box com duas colunas, o que acarreta uma certa padronização. Os textos cada vez mais curtos e distribuídos na capa de maneira equilibrada apresentam um noticiário diversificado.

A modernização da imprensa associada ao avanço tecnológico e a necessidade de agradar a um número maior de leitores para aumentar a venda fez a capa de jornal mudar muito a partir da segunda metade do século XX. Vimos que, nessa fase, as capas do Diário de Pernambuco tornaram-se visualmente mais cativantes e expressivas. Manchetes, fotografias, legendas e chamadas passaram a ser os componentes principais da capa de jornal que cada vez mais assumiu a função de atrair o leitor e orientá-lo na leitura. Com a introdução do computador, é iniciado o processo de informatização das redações dos jornais, que se consolidará nas próximas décadas.

d) Quarta fase: capas na era da informática (1990 – 2005)

“Os anos 1990 marcaram definitivamente a informatização das redações, que no caso brasileiro já vinha ocorrendo desde a década anterior nos grandes centros urbanos” (FERREIRA JUNIOR, 2003, p. 78). Com isso, multiplicam-se as possibilidades de utilizar recursos gráfico-visuais. Os novos processos de impressão, as tecnologias que permitiram a paginação eletrônica e a crescente competição entre os meios de comunicação de massa provocaram uma revolução gráfica nos jornais. Nas palavras de Sousa (2001, p. 353), tal “revolução equilibrou a importância da forma com a importância do conteúdo”.



Fig. 47

O Diário de Pernambuco, como os outros jornais, também lançou mão das novas possibilidades e a cada exemplar, apresentou capas com um aspecto visual diferente, com manchetes sensacionalistas, com chamadas e fotos expressivas e também com gráficos, conjugando a informação com a ilustração.

Na edição de 30 de setembro de 1990, a campanha eleitoral para governador de Pernambuco foi o tema escolhido como mais importante pelos editores. Um gráfico com informações fornecidas pelo DataFolha sobre as intenções de voto foi estampado na parte superior da capa (fig. 47). A manchete "Joaquim tem 49% e Jarbas 35% das intenções de voto, diz DataFolha" ao mesmo tempo em que sintetiza e anuncia a notícia, antecipa a

leitura do gráfico. Uma manchete secundária no centro da capa completa: “Termina hoje a propaganda eleitoral”. Uma carta ao público do Banco Estadual de Pernambuco é publicada na parte inferior da capa, ao lado do boxe, agora com maior número de notas de “serviço”, ora separadas por filetes horizontais, ora separadas por quadros. O espaço da capa é usado até a exaustão. Como em outros jornais brasileiros dessa época, a utilização de cores no Diário limitava-se ao preto e branco.

DP 30/09/1992



Fig. 48

Já em 1992, o Diário de Pernambuco apresenta-se definitivamente colorido. Com o uso da cor, as capas tornaram-se mais modernas e dinâmicas. Nesse ano, a grande imprensa cobriu a votação do pedido de *impeachment* contra o presidente Fernando Collor, na Câmara. Os deputados autorizaram a

abertura do processo contra Collor; foram 441 votos a favor, 38 contra e uma abstenção. Multidões comemoraram o resultado em diferentes pontos do país. O Diário de Pernambuco anunciou o fato na capa de 30 de setembro de 1992 (fig. 48) com a seguinte manchete, em letras garrafais: “*Collor fora*”.

As fotografias nessa capa, mais do que decorativas, são informativas e se harmonizam com o antetítulo que diz: “Câmara aprova o *impeachment* do presidente. Itamar assume amanhã”. Uma coluna amarela “chama a atenção” para a lista de parlamentares pernambucanos que votaram contra e a favor. Anúncios publicitários “invadem” a capa ocupando o rodapé e até os espaços laterais do nome do jornal. Três boxes azuis com chamadas para matérias secundárias e fotografias são dispostos acima da manchete.

Sem dúvida, a cor, aplicada às fotografias, em alguns quadros e nos anúncios, trouxe outra aparência à capa do Diário. Além da função estética ou decorativa, ela também é usada com uma função informativa; sua aplicação organiza, hierarquiza, atribui significados aos textos. Nesse período, mais do que nunca, a fotografia também deixou de ser mera ilustração e passou a ser informativa, passou a contar a história com a ajuda dos textos verbais.

Na década de 1990, “a Internet se expandiu e se consolidou entre os integrantes da classe média, também consumidora de informações dos jornais impressos” diz Reis (2007, p. 10). E como é natural, o surgimento de um novo meio de comunicação faz com que os meios já tradicionais busquem sobreviver à concorrência e assim assimilem novos conceitos e promovam adaptações. Dessa forma, a Internet como o rádio e a televisão, também provocou transformações na imprensa escrita.

Por volta de 1995, publicações brasileiras como o Jornal do Brasil, Folha de São Paulo, O Globo e a revista Veja, entre outros, lançam suas versões digitalizadas. O Diário de Pernambuco inaugurou sua versão eletrônica em julho de 1997. Os jornais on-line, inicialmente meras reproduções dos diários impressos, passaram a fornecer um conteúdo digital atualizado, diz Reis (2007, p. 10), e os internautas passaram a acessar informações em tempo real e de maneira mais ativa, traçando seu próprio trajeto de leitura.

Com o tempo, os jornais on-line foram se aperfeiçoando e passaram a inspirar os jornais impressos que para agradar à nova demanda de consumidores acostumados à rede mundial, começaram a se reformular.

Passam, então, a ocupar as páginas com textos e imagens fragmentadas, caixas coloridas, barras, fotos de grandes proporções e a fazer alusão ao conteúdo disponível no site jornalístico. A reformulação das páginas do jornal impresso, de acordo com Reis (2007, p. 10), segue uma tendência de “adaptação a uma leitura rápida ou lenta, linear ou multilinear”.

Freire (2009, p. 305) acrescenta que a enunciação no discurso jornalístico no século XX é bem diferente das anteriores. Se antigamente predominava na capa de jornal o texto verbal e seu fluxo era contínuo e linear, agora o texto traz recursos verbais e não-verbais, tornando o fluxo da informação descontínuo e promovendo a não-linearidade. Como diz Freire, o design ou a diagramação atua como elemento organizador da leitura não-linear.

DP 10/11/1997



Fig. 49

Na edição do Diário de Pernambuco de 10 de novembro de 1997 (fig. 49), podemos ver como as capas tornaram-se dinâmicas, coloridas, agradáveis, instigantes e até surpreendentes, aproximando-se de outros meios de comunicação como a televisão e a Internet. Além dos componentes cabeçalho, manchete, chamadas, fotografia e legenda, observamos na parte superior desta capa, ao lado do nome do jornal em letras grandes e pretas, à esquerda, um novo logotipo e o endereço eletrônico.

Cada vez mais se recorrem às imagens como forte apelo visual. As fotografias esportivas com retrancas conferem à capa emoção e movimento, inclusive pelo modo como elas se sobrepõem. Fotografias registram e valorizam cenas políticas. Tudo isso revela “uma mudança na forma do público se relacionar com a informação, através do que é visto” (REIS, 2007, p. 37).

Localizamos, na capa da figura 49, logo abaixo do nome do jornal, um sumário e algumas chamadas para cadernos e suplementos da edição. A manchete ganhou destaque com o uso de fontes e cores diferentes; já os títulos das chamadas com fontes e tamanhos semelhantes transmitem equilíbrio; os boxes e linhas de separação organizam as notícias por assunto e conferem harmonia à capa. Inspirada nas páginas da Internet, a relação vertical de escudos dos times, espécie de tabela, facilita o acesso a informações sobre classificados e rebaixados no Campeonato Brasileiro de Futebol. Pequenas tabelas com indicadores financeiros, loterias e outras chamadas passam a ocupar o rodapé da capa.

Verificamos uma significativa redução dos textos escritos; uma tendência observada ao longo da história das capas do Diário de Pernambuco e que parece ter atingido seu auge com a introdução do computador e da Internet na redação do jornal. Na capa destacada, por exemplo, é possível ver que um box, contendo apenas foto, legenda e o título “PSB lança Arraes”, indica uma matéria, funcionando como chamada de capa.

A modernização tecnológica da imprensa fez com que os jornais cada vez mais se empenhassem em se manter no mercado. Romancini & Lago (2007) dizem que aspectos como pesquisa de mercado e com o leitor passaram a influenciar a elaboração do jornal bem como a sua própria estratégia de *marketing*. A distribuição de prêmios e brindes foi uma das maneiras

encontradas pelos jornais para se promover e conquistar leitores, como o *kit* alfabeto anunciado na capa do Diário de 20 de agosto de 1999 (fig. 50).

DP 20/08/1999



Fig. 50

Em 2005, aos 180 anos, o Diário de Pernambuco conta com um dos mais avançados parques gráficos do país. Sua rotativa *offset*, uma goss newline de 400 toneladas, funciona ativada por sistema informatizado e imprime 70 mil exemplares por hora, com fotos e anúncios coloridos em todas as suas páginas (PATRIOTA, 2005). Suas capas com arranjos horizontais e verticais, hoje, apresentam imagens e criações jamais imaginadas pelo seu fundador Antonino de Miranda Falcão.

Em sua longa história, a capa do Diário de Pernambuco partiu de uma simetria redundante de página ocupada por longas colunas de textos escritos, incorporou ilustrações e fotografias, tornou-se colorida e chegou à produção de

surpreendentes efeitos gráfico-visuais. O computador possibilitou um melhor uso das cores e tratamento das imagens e letras, bem como valorizou o design como elemento de organização e expressão.

DP 07/07/2005



Fig. 51

Como podemos ver na figura 51, fotos, chamadas e manchete são inseridas horizontalmente na parte superior da capa da edição do dia 07 de julho de 2005, contrastando apenas com duas pequenas colunas verticais nas laterais inferiores. Nessa capa, o tema principal foi a CPI dos Correios que tentou esclarecer o esquema do mensalão montado pelo empresário Marcos Valério para convencer deputados a votar em favor do Governo. Protegido por habeas-corpus, como diz o resumo da matéria, Marcos Valério foi evasivo nas respostas à CPI e não esclareceu os saques milionários em suas contas

bancárias. Dessa forma, a manchete e as fotos foram articuladas na capa de maneira a causar um efeito irônico. A sequência de fotos, provavelmente aproveitadas da televisão ou Internet, dá dinamicidade à capa insinuando que Marcos Valério não vê, não ouve e não fala; a manchete “O circo de Valério” estabelece um contundente e irônico diálogo com a palavra-chave *circo*.

DP 14/08/2005



Fig. 52

Na figura 52, temos um tipo de capa mais orgânica, com poucos elementos gráficos assemelhando-se a um cartaz e privilegiando um só tema, o

que dá mais impacto público. É a capa do Diário de Pernambuco do dia 14 de agosto de 2005, que foi dedicada à morte de Miguel Arraes. Trata-se de uma capa cartaz com forte apelo emocional e grande harmonia entre os elementos opostos entre si. Estruturada ao longo do eixo vertical e dividida ao meio por uma larga faixa preta na qual se lê a manchete “*Morre o homem, fica o mito*”, esta capa sugere um plano celeste e outro terrestre. Na seção superior, lugar do ideal, a imagem saliente e central de Miguel Arraes avançando além da linha da moldura, é mostrada como objeto de contemplação em câmara baixa, indicando o seu poder como “mito”.

Na seção inferior, lugar do real, a imagem do participante representado é mostrada em câmara baixa, em uma foto na qual Arraes se destaca no centro em meio à multidão, indicando a popularidade do “homem” na Terra. O uso das cores preto e branco, que também expressam luto, bem como das palavras “mito” e “homem”, se harmonizam com a ideia de oposição já expressa por outros elementos que compõem a capa.

É importante destacar que são os padrões culturais acumulados na vida que influenciam a compreensão também dos componentes gráficos que constituem a capa. Para que elas despertem interesse e sejam assimiladas, “é necessário na programação gráfica elementos que façam parte do repertório histórico-cultural da população” (SANTOS, 2005, p. 02).

Na capa de 07 de novembro de 2005 (fig. 53), dia em que o Diário de Pernambuco completou 180 anos, o destaque da manchete foi a gratidão do jornal aos leitores pernambucanos. Todo o espaço da capa foi destinado à autopromoção, ou seja, à publicidade do Diário. Em contraste com o restante da capa, a parte superior foi ocupada por boxes vermelhos, com fotos de jogadores de futebol e chamadas em letras coloridas para o novo Caderno de Esportes. A manchete: “Obrigado, Pernambuco” no centro, dividiu a capa ao meio. Logo abaixo, um texto de apoio à manchete traz informações sobre a comemoração do aniversário e sobre lançamentos de novos cadernos e do novo projeto gráfico do jornal.



Fig. 53

Na parte inferior, uma foto com legenda mostra a primeira exposição automobilística realizada em Boa Viagem, em homenagem ao Diário. Abaixo, duas chamadas, sem resumo, para o caderno de economia e política. Na lateral esquerda, boxes apresentam fascículos e suplementos publicados; no rodapé da capa, informações sobre o caderno especial, sobre o caderno de classificados, telefones e endereços do Diário.

Observamos que o código de barras, representação gráfica de dados tais como o prefixo da organização responsável pelo produto, a identificação do produto, a identificação da empresa dona da marca, etc. passou a figurar no rodapé das capas do Diário de Pernambuco no ano de 2005. Trata-se de uma

inovação resultante das novas tecnologias, cuja leitura dos dados é realizada por um equipamento chamado *scanner* que emite um raio vermelho que percorre todas as barras.

É importante dizer que o nome do jornal, Diário de Pernambuco, sofreu várias alterações quanto à disposição na largura da capa e quanto ao tamanho e tipo de letra ao longo do tempo, principalmente no período anterior a 1901. No período que se segue, a alteração mais sensível foi a adoção da cor azul a partir de 1999, conferindo maior leveza à capa, no lugar do preto; a fonte manteve-se a mesma. Vale dizer que a padronização atingida pelo uso da mesma fonte e cor é uma estratégia no processo de fidelização do público-alvo.

O Diário de Pernambuco vem construindo sua história desde 1825 e se tornou uma tradição como “o jornal mais antigo em circulação na América Latina”. A descrição das transformações ocorridas nas capas produzidas pelo Diário mostrou que, ao longo do tempo, esse gênero refletiu sucessivos contextos sócio-históricos e no processo de adaptação às constantes modificações, vários gêneros fizeram parte de sua composição. Surgiram a *manchete*, a *fotografia*, a *legenda* e a *chamada de capa*, componentes que hoje estabilizam o gênero capa de jornal. Por outro lado, componentes que já constituíram a capa como a epígrafe, o folhetim, a tábua de maré, o telegrama, a notícia, a programação de cinema entre outros, migraram das capas para outros espaços dentro do jornal ou desapareceram totalmente. É sobre a exclusão de alguns desses componentes da capa que trataremos no próximo capítulo.

Capítulo 4

A exclusão de gêneros da capa de jornal

Neste capítulo, trataremos de gêneros que já estiveram presentes nas capas do Diário de Pernambuco, mas que devido às transformações ocorridas ao longo do tempo, passaram a ter outra localização dentro do jornal ou foram totalmente excluídos. Não realizaremos um levantamento exaustivo de todos os gêneros que já estiveram presentes nas capas do Diário de Pernambuco, nem dos motivos que os levaram à exclusão. Procuraremos, no entanto, citar e contextualizar alguns gêneros recorrentes nas capas, cuja exclusão também nos ajuda a contar a história do gênero capa de jornal.

4.1. A ampliação dos espaços do jornal

Cada vez mais, os veículos de comunicação se especializam em um assunto, criam programas com temas característicos ou se desdobram em cadernos com uma abordagem central, definindo, assim, um público alvo. O jornal, com o passar do tempo, cresceu, tornou-se um grande veículo de informações, passou a separar espaços para os vários tipos de textos e a conter diversos cadernos ou seções temáticas. Ainda nos tempos de globalização, o jornalismo segue o caminho da segmentação. Nós, leitores de jornais, nos deparamos a cada dia com um novo caderno especial ou seção que aborda um determinado tema (COELHO & CORRÊA: 1996).

À medida que essa ampliação dos espaços do jornal foi ocorrendo, vários gêneros, antes presentes nas capas, migraram para as novas seções temáticas que foram se constituindo. Permaneceram nas capas os componentes que hoje consideramos fixos, aqueles que as caracterizam: o cabeçalho e os gêneros manchete, chamada de capa, fotografia e legenda, essenciais para que sejam cumpridas as funções de identificar o suporte;

anunciar o conteúdo do jornal apontando o local onde o texto se encontra; e persuadir o leitor quanto à leitura e compra do jornal.

Alguns gêneros que compunham a capa, no entanto, foram totalmente excluídos do jornal. Isso aconteceu, obviamente, por razões diversas. Em alguns casos, as mudanças foram motivadas pelas necessidades impostas pelas transformações na sociedade e no jornalismo. Outras, no entanto, ocorreram em virtude do desenvolvimento tecnológico e de sua interferência nas atividades comunicativas, pois, como diz Marcuschi (2002, p. 20 - 21), o uso de novas tecnologias tanto pode favorecer o surgimento de formas discursivas, como propiciar mudanças e até mesmo o desaparecimento de outras. É importante ressaltar, como faz Gomes (2007, p. 75), que o “surgimento, a continuidade e o desaparecimento de um gênero textual estão diretamente vinculados à função social que venham a desempenhar ou que deixem de desempenhar na sociedade”.

4.2. Gêneros que migraram da capa para o interior do jornal

Ao passarmos a vista por uma edição do Diário de Pernambuco de 2005, a da segunda-feira 07/11/2005, por exemplo, encontramos cadernos e seções já tradicionais: Opinião, Economia, Política, Mundo, Vida Urbana, Viver e Classilíder. Nesses cadernos e seções encontramos alguns gêneros que já tiveram uma presença constante na capa de jornal. Vejamos alguns deles a seguir.

a) Anúncios de compras e vendas ou classificados

O anúncio, de acordo com Bahia (1990b, p. 283) “é uma das mais antigas formas de comunicação social”. É anterior à própria organização do comércio e tem origem nas primeiras manifestações do homem para persuadir o outro. Sua função é apresentar as qualidades de um produto, serviço ou bem, com a finalidade de convencer e vender.

O Diário de Pernambuco originou-se como um diário de informações do comércio e, naturalmente, a maioria do que se publicava na época tinha fins

comerciais (PESSOA, 2008, p. 571). Nas primeiras edições do Diário de Pernambuco, encontramos nas capas pequenos textos nos quais se ofereciam vários tipos de serviços, casa à venda ou para alugar, ofertas de escravos, etc. Eram anúncios compostos de textos curtos, informativos, sem ilustrações que transportavam para a escrita, as vozes dos vendedores ambulantes daquele tempo (CARRASCOZA, 1999, p. 74).

Já na capa do Diário de Pernambuco de 07/11/1825, como vemos na figura 54, encontramos esses anúncios.

DP 07/11/1825

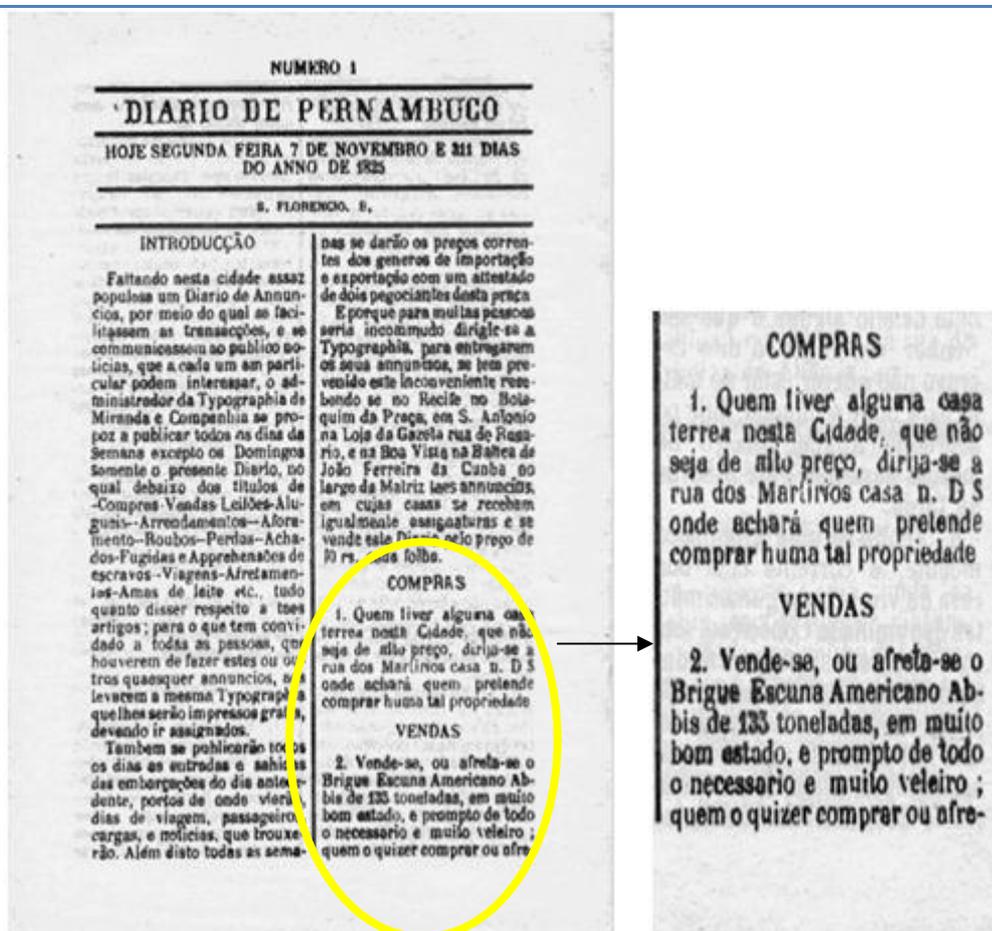


Fig. 54

Quando adotada a prática de venda de espaço destinado às informações para comunidade (MARTINS, 1997), tais anúncios multiplicaram-se, divulgando outras ofertas e passaram a ocupar páginas inteiras, geralmente as últimas do

jornal. Posteriormente, com a divisão do jornal em cadernos, os anúncios classificados ganharam um local específico: o chamado caderno de classificados. No Diário de Pernambuco de edições mais atuais³⁶, esse caderno é denominado, Classilíder.

b) Carta ao editor/ Correspondência

O período de 1825 a 1890 foi marcado por um jornalismo mais opinativo, de polêmicas pessoais, defesa de teses e de descompromisso comercial. Havia poucos profissionais da notícia e como diz Romancini & Lago (2007, p. 32), “qualquer um podia vir a público e dar seu palpite na condução dos negócios do Estado”. Alguns textos publicados nos jornais eram anônimos, outros eram assinados por diferentes personalidades, padres, políticos, funcionários públicos, ou mesmo o príncipe regente; todos podiam se manifestar sobre os acontecimentos correntes, o que caracterizava a liberdade de imprensa.

Como diz Chaparro (1992, p. 63), “enquanto gênero jornalístico, a carta é a manifestação opinativa, reivindicatória, cultural ou emocional do leitor”, ou como dizem Oliveira & Oliveira (2007), é a “única abertura dada ao cidadão para participar do processo jornalístico, na qual ele pode expressar seu pensamento sob determinada bagagem cultural e pessoal que carrega consigo”.

Já Bazerman (2005, p. 116), diz que através dos fóruns promovidos pelos jornais, as pessoas se imaginam “participantes de arenas políticas mais amplas e de eventos mais distantes do que aqueles com que teriam contato em suas vidas cotidianas.” E é através da carta ao editor que a participação dos cidadãos na opinião pública acontece.

Como já exemplificamos com a edição de 25 de agosto de 1826 (fig. 17), cartas também eram publicadas nas capas do Diário de Pernambuco. Elas estabeleciam um debate público de opiniões favorecendo o contexto de organização intelectual no Brasil de então. Na capa do exemplar do Diário de 16 de fevereiro de 1833, figura 55, também podemos ver, sob o título de

³⁶ Nosso corpus de pesquisa contempla o período de 1825 a 2005.

correspondência, uma carta destinada ao Sr. Redactor e no trecho do detalhe ampliado, podemos perceber o tom crítico do texto.

16/02/1833



Fig. 55

Quando, em decorrência do processo de produção industrial, a imprensa deixou de ser empreendimento individual e se tornou instituição (CHAPARRO, 1992, p. 64), valorizaram-se os acontecimentos em detrimento da opinião. Aos poucos, passaram a figurar nas capas de jornal gêneros mais informativos e as cartas de leitores, mais opinativas, passaram a ocupar outro espaço nas páginas internas.

No Diário de Pernambuco criou-se uma seção denominada Opinião, na qual podemos encontrar gêneros que expressam a opinião da empresa, como o editorial; do jornalismo, como resenhas, crônicas, caricaturas; de colaboradores, como o artigo; e do leitor, através da carta.

Assim, o gênero carta ao editor era e ainda é utilizado por leitores para “expressar pareceres pessoais, favoráveis ou não, sobre matérias publicadas” (FONTANINI, 2002, p. 227). É importante dizer, no entanto, que nada impede que a critério dos editores, o gênero carta seja publicado na capa de jornal.

c) Notícias

Como já dissemos, houve uma época em que as notícias eram publicadas por inteiro já nas capas de jornal. É o que podemos confirmar no detalhe ampliado da capa do Diário de Pernambuco de 08 de março de 1859, figura 56, onde notícias estrangeiras, compostas apenas de textos escritos, ocupavam colunas inteiras nas capas. Curioso, como diz Pessoa (2007, p. 557), que muito pouco se usasse a palavra “notícia” até que os jornais se tornassem grandes veículos de comunicação de massa.

DP 08/03/1859



Pessoa (2007, p. 548), assevera que para se compreender a história do gênero notícia e sua relação com outros gêneros e com as tecnologias de difusão de textos, é preciso considerar, pelo menos, três períodos: a) quando as notícias eram difundidas por *cartas* e a eloquência tinha grande prestígio; b) quando as notícias eram transmitidas por telegramas e surge a reportagem; e c) quando as notícias são influenciadas pelo rádio e surge o lide. No primeiro momento, no jornalismo impresso, tem-se o texto da notícia escrito no estilo pomposo como pronunciado por padres, políticos, advogados. No segundo, cresce o interesse pela informação em virtude do aumento do número de leitores. As notícias passam a ser escritas com mais objetividade, evitando-se certas construções dos textos opinativos e são produzidas para satisfazer a procura. No último momento, a notícia é escrita para o leitor mais apressado, o que explica o surgimento do lide, diz Pessoa.

Assim, podemos dizer que gêneros hoje usados para atrair e orientar o leitor do jornal, como as manchetes e as chamadas de capa originaram-se da notícia em sua fase mais moderna. São gêneros que surgiram quando o jornal tornou-se um grande veículo de informação e a notícia um produto à venda. Ao longo do tempo, jornalistas e editores foram se dando conta de que os leitores teriam uma atitude mais receptiva se os conteúdos, além de interessantes, fossem apresentados em porções razoáveis. Passou-se, então, a valorizar a forma como as notícias são apresentadas tanto quanto o conteúdo. As manchetes e chamadas foram tomando o espaço das capas e as notícias passaram a ser localizadas nas páginas internas do jornal, como vemos até hoje.

d) Programação de cinema

De acordo com Machado (2004), depois de muitos investimentos de cientistas para o desenvolvimento da película fotográfica, em 1895, os irmãos franceses Louis e Auguste Lumière foram os primeiros a fazer e projetar filmes, era a fotografia animada. No Brasil, a primeira exibição aconteceu em 1896 no

Rio de Janeiro, porém só entre 1907 e 1910 acontece uma expansão do mercado exibidor, quando o fornecimento de energia elétrica torna-se regular³⁷.

No início da década de 1920, o cinema mudo invade as principais capitais brasileiras e inicia-se um movimento incentivando a produção cinematográfica e a instalação de salas de exibição. Desde 1911, várias salas de projeção já existiam no Recife, como o Pathé, o Helvética, o Royal. Com a grande repercussão do cinema nacional, surgiram também o Cinema do Parque e o Moderno (MACHADO, 2004). Nas capas do Diário de Pernambuco publicava-se com regularidade a programação dessas salas de exibição, conforme podemos ver no detalhe da edição de 06 de abril de 1920 (fig. 57).

DP 06/04/1920

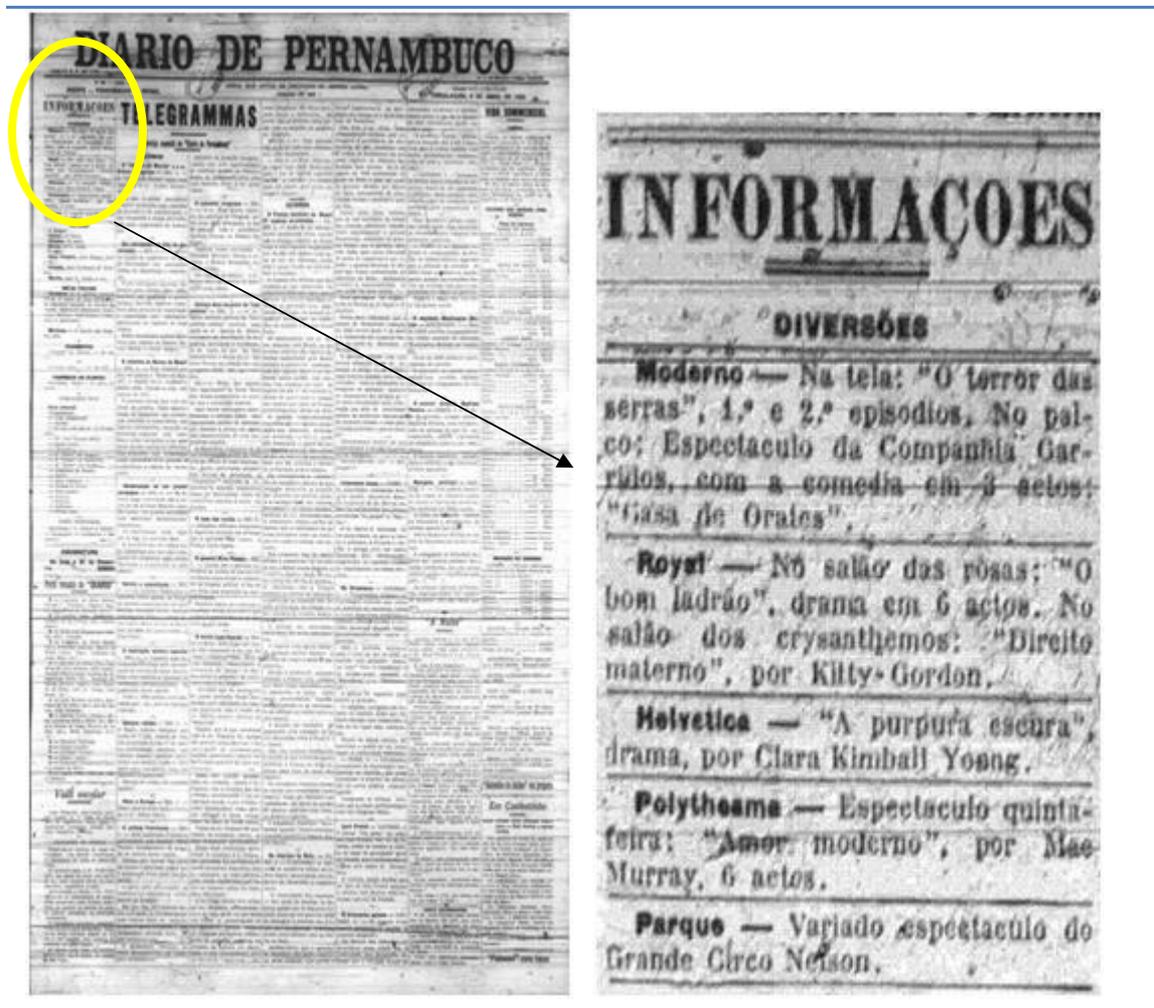


Fig. 57

³⁷ Conforme wikipedia.org/wiki/Cinema_do_Brasil.

Com o aumento da produção industrial, redatores e leitores refletiram a divisão do trabalho entre produtores e consumidores e tratando-se de uma cultura comercial, foi necessário transformar o jornal em um produto de primeira necessidade para o público leitor. Assim, ampliou-se o espaço do jornal, a prestação de serviços e também o grau de didatismo do material publicado (CHAPARRO, 1992, p. 67).

A programação de cinema, no Diário de Pernambuco, passou a ocupar a seção Cinema, no caderno Viver, que atualmente traz subseções como as de programação de TVs, shows, horóscopos, lançamentos de livros, discos e vídeos, entre outras relacionadas à cultura e diversão. Nas edições mais recentes, a programação de cinema é constituída também por sinopses e resumos de filmes.

4.3. Gêneros excluídos do jornal

Ainda no século XIX, na obra *L'Évolution des genres dans l'histoire littéraire* de 1890, Ferdinand Brunetière, diz Marcuschi (2004, p. 40), desenvolveu a teoria evolucionista dos gêneros na qual defende a ideia de que os mesmos nascem, se desenvolvem, vivem e morrem. Muitos gêneros literários que existiram, hoje não se encontram mais em circulação, estão apenas na história literária. É o caso do *triolé* e do *pantum*, apontados por Massaud Moisés (1974 apud MARCUSCHI: 2004, p. 41).

Através da observação do nosso *corpus* de pesquisa, também podemos constatar que diferentes gêneros que fizeram parte da composição da capa, hoje estão totalmente excluídos do jornal. É o caso do folhetim, do telegrama, das proclamações, entre outros.

a) Proclamação

No início do século XIX, era possível encontrar nas capas do Diário de Pernambuco o gênero “proclamação”. König (2006, p. 225 -226) investigou esse gênero em coleção de textos políticos do século XIX e o definiu como um gênero, de viva voz ou por escrito, de caráter “político ou militar, dirigido ao

povo para expor os propósitos de quem o pronuncia ou o que devem fazer quem o ouve, por exemplo, um rei no início de seu reinado”³⁸.

Segundo a pesquisadora, as proclamações emergiram na América hispânica, em 1790, num contexto de lutas pela independência. Os tempos anteriores não eram adequados ao aparecimento de proclamações, pois os altos dirigentes da colônia espanhola não tinham necessidade de expor seus propósitos ao povo; por outro lado, não havia jornais que as publicassem. No Brasil, nas primeiras décadas do século XIX, se publicavam proclamações nos jornais e o contexto político era semelhante ao hispano-americano.

DP 05/05/1831

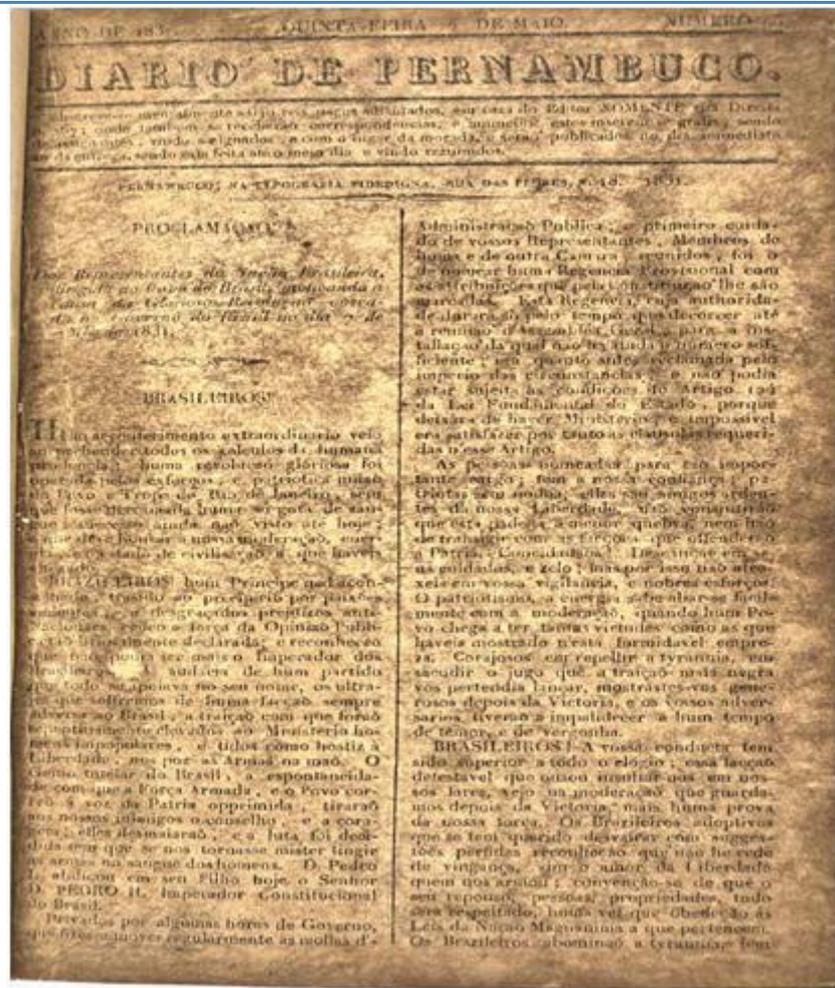


Fig. 58

³⁸ Tradução do original: “discurso de carácter político, o arenga militar, dirigidos a la gente para exponer los propósitos de que lo pronuncia o lo que tienen que hacer los que lo oyen; por ejemplo, por um Rey quando empieza a reinar”.

Em 1831, já proclamada a Independência do país, a política autoritária de dom Pedro provocava descontentamento e animava protestos. Os jornais não se cansavam de criticá-lo. Sem apoio político e militar, no dia 07 de abril de 1831, D. Pedro I abdicou em favor de seu filho Pedro, um menino de apenas cinco anos de idade. Segundo Duarte (2008, p. 25), a notícia chegou a Recife quase um mês depois da abdicação, por uma embarcação vinda da Bahia.

No dia 05 de maio de 1831, foi publicada na capa do Diário de Pernambuco (fig. 58) uma “espécie de carta” dos representantes da nação brasileira, Regência Provisória, dirigido ao povo do Brasil informando a causa da “Gloriosa Revolução” operada no governo do Brasil. O texto disposto em duas colunas, conforme o padrão do Diário daquela época, com o título “*Proclamação*”, trazia os seguintes trechos: “*Brasileiros! Hum Principe mal aconselhado, trasido ao princípio por paixões violentas e desgraçados prejuízos anti-nacionaes, cedeo a força da Opinião Publica briosamente declarada; e reconheceo que não podia ser mais o Imperador dos brasileiros*” (...) *D. Pedro I abdicou em seu Filho hoje o Senhor D. Pedro II Imperador Constitucional do Brasil.*”

O contexto histórico e político mudou, não temos mais no Brasil reis, nem príncipes e o gênero proclamação desapareceu das capas do Diário de Pernambuco. No atual sistema de governo brasileiro, as manifestações públicas dos presidentes costumam ser chamadas “pronunciamentos” e, geralmente, acontecem em rede nacional de televisão. Porém, em edições de 2005, encontramos nas páginas internas do Diário de Pernambuco, o edital de proclamas de casamento, um gênero que faz saber ao público que pessoas estão habilitadas a casar-se. Trata-se de um gênero produzido pelos oficiais de registro civil e é possível que sua origem tenha relação com o gênero proclamação da atividade política.

b) Telegramas

O telégrafo foi a primeira tecnologia de informação utilizada em rede mundial, por isso, hoje é “considerado como o modo de comunicação ancestral da Internet” (MACIEL, 2001, p. 128). Por mais de um século, o telégrafo

integrou-se ao cotidiano e conviveu com outros meios tradicionais de comunicação como o telefone e o rádio, usados ainda hoje.

Em consequência de sua difusão e de seu desenvolvimento, criou-se “uma cultura própria com vocabulário, linguagem, ritmo e formas de comunicar compartilhadas por milhões de pessoas em todo o mundo”. Além de trazer transformações no modo de comunicar e informar, o telégrafo, como diz Maciel (2001, p. 128), “acelerou o tempo vivido, apressou a circulação das notícias e, principalmente, mudou o modo de descrever os acontecimentos”.

DP 11/01/1877

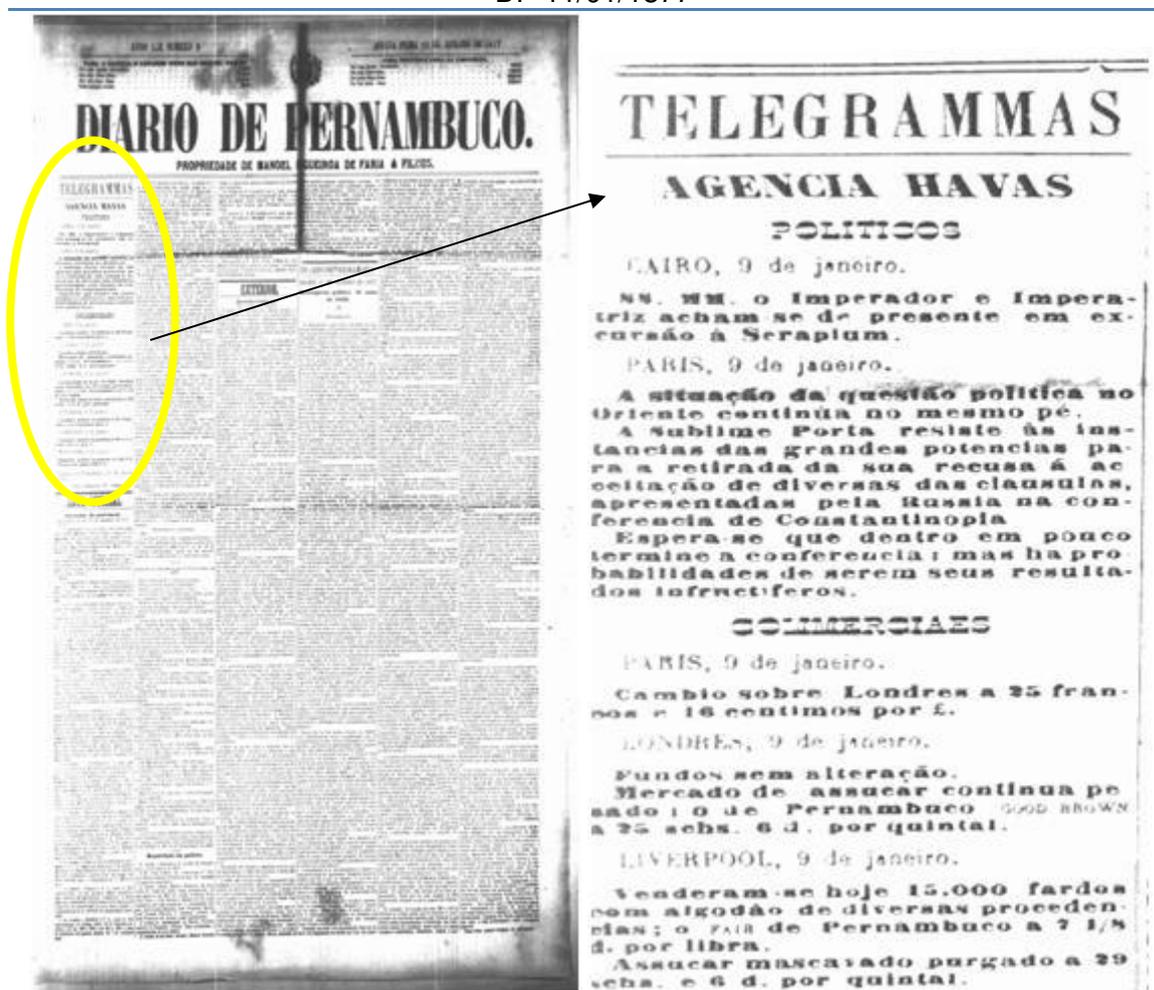


Fig. 59

Até 1874, as notícias do exterior chegavam por carta. Nesse ano, diz Sodré (1983, p. 215), a agência telegráfica Reuter-Havas instalou uma sucursal no Rio de Janeiro que serviu à imprensa brasileira por 71 anos. Os jornais de todo o

país passaram a utilizar o noticiário por ela fornecido, criando espaço para publicação dos telegramas distribuídos. Na figura 59 acima, no detalhe ampliado, podemos ver como os telegramas fornecidos por essa agência eram distribuídos e publicados na capa do Diário de Pernambuco de 11 de janeiro de 1877, segundo os temas políticos, comerciais, etc.

DP 01/07/1910

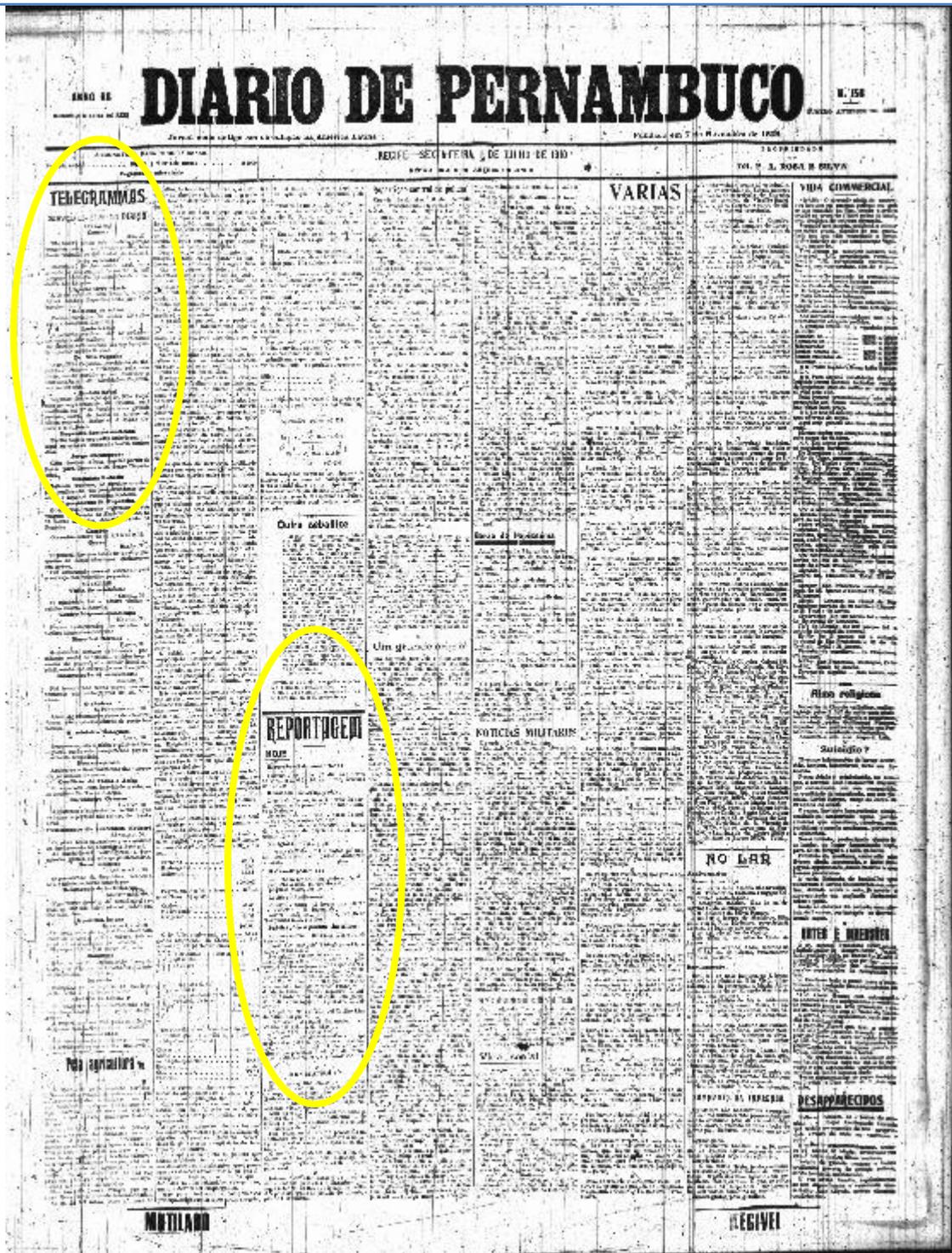


Fig. 60

Após a apropriação do telégrafo pela imprensa nacional, a notícia tornou-se tão breve, rápida, concisa, que, inclusive, deu origem ao epíteto “linguagem telegráfica” (TRAVAGLIA, 2007, p. 74). Além disso, como lembra Pessoa (2007, p. 557), o telégrafo impunha a necessidade de maior concisão por causa das taxas. Com a publicação de telegramas em jornais, também cresceu “o incentivo de colher e manipular a informação de interesse do público em geral, a notícia”. Alguns jornalistas, explica Medina (1988, p. 62), “a exemplo de João do Rio, não se satisfizeram com a notícia imediata, o telegrama esqueleticamente informativo, e lançaram-se na reportagem”.

Nesse sentido, pode-se supor que os telegramas, aos poucos, tenham cedido o lugar, nas capas de jornais, ao gênero reportagem. Tendo havido, inclusive, um período em que esses gêneros foram concorrentes, como podemos visualizar na capa de 01 de julho de 1910 (fig. 60). Posteriormente, a reportagem, assim como aconteceu com a notícia, migrou para as páginas internas do jornal, como vemos ainda hoje.

c) Folhetim

Originado na França em 1836, o folhetim (do francês *feuilleton*) tendo sido introduzido no Brasil, alcançou seu apogeu na segunda metade do século XIX, quando foi publicado à exaustão, como forma de aumentar a venda dos jornais.

Durante os anos oitocentos, os folhetins caíram no gosto dos leitores e ocuparam um lugar estabelecido nos jornais – o pé da página – como podemos visualizar no destaque da capa do Diário de Pernambuco de 04 de abril de 1893 (fig. 61). O rodapé das capas de jornais era destinado a publicações diversas que abordassem temas literários e de entretenimento, folhetins, charadas e até receitas culinárias. Martins Pena (apud MEYER, 1996, p. 60) utilizou o termo “sarrabulho lítero-jornalístico”, para classificar a mistura de gêneros publicados nesse espaço, sugerindo não se tratarem de gêneros nobres. De qualquer forma, muitos autores publicaram suas obras nesse espaço visando alcançar notoriedade entre o público e a crítica, já que o jornal era o veículo de comunicação mais acessível na sociedade oitocentista (SALES, 2007, p. 45).

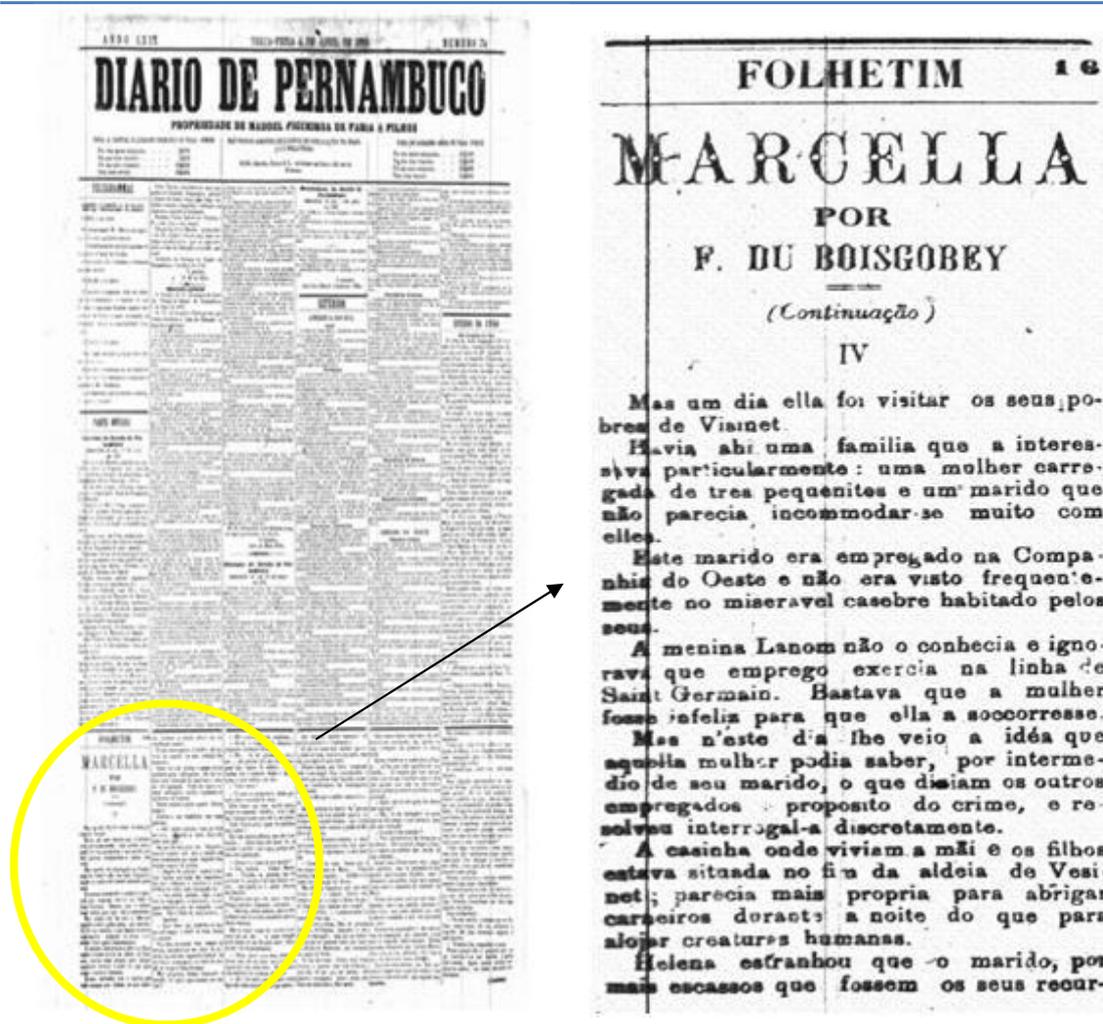


Fig. 61

Para Sales (2007, p. 45) a estrutura do folhetim estabelecia uma cumplicidade com o leitor, “através do uso da fórmula do continua amanhã...”, pois era uma narrativa seriada com duas características básicas: a forma parcial e sequenciada em que era publicado nos periódicos e o conteúdo narrativo, intencionalmente rico em eventos e ganchos voltados para prender a atenção do leitor. No detalhe ampliado da capa do Diário de Pernambuco da figura 61, pode-se ver, inclusive, a indicação da quarta parte ou capítulo em algarismos romanos (IV) e entre parênteses a expressão, “Continuação”. Ainda segundo Sales (2007, p. 45), muitos dos folhetins eram anonimamente publicados ou assinados com pseudônimos. Acreditamos que no caso do

Diário de Pernambuco não deve ter sido diferente. O folhetim da figura 61, “Marcella”, por exemplo, é assinado por F. do Boisgobey.

Inicialmente, o folhetim era publicado na base das capas ocupando de 10 a 13 centímetros e destacado por vinhetas e fios; com o tempo, passou a ser publicado entre os classificados, no final das edições. Apesar da boa demanda, o folhetim não sobreviveu ao surgimento do rádio que se aproveitou da linguagem folhetinesca para se auto-afirmar como veículo de comunicação. Foi quando as dramatizações de folhetins deram origem às radionovelas.

A televisão também usou da mesma estratégia dos jornais e do rádio para conquistar seu espaço como veículo de comunicação, pois nas telenovelas é utilizada a linguagem narrativa dos folhetins: abordagem de temas populares e polêmicos e ganchos ao final dos capítulos.

Nas duas primeiras décadas do século XX, o leitor brasileiro passou a dispor de um número cada vez maior de jornais em circulação, que lhe ofereceram vários entretenimentos. Com o tempo, os folhetins passaram a compor as páginas internas dos jornais, tornaram-se mais curtos e assumiram um formato renovado; o termo “crônica de jornal” passou a designar essa produção textual (BIGNOTTO & JAFFE, 2004).

Como vimos, as capas do Diário de Pernambuco, ao longo do tempo, abrigaram os textos acima citados e muitos outros. Isso reforça a ideia, já expressa no capítulo 2, de que a capa de jornal é um espaço aberto, dinâmico e permeável. Pelas capas do Diário passaram gêneros diversos que as caracterizaram e que satisfizeram as necessidades de informação de leitores por um determinado tempo.

Considerações finais

Considerando que os gêneros, assim como a linguagem, são flexíveis, variáveis e dinâmicos, nosso estudo pretendeu compreender a organização e o funcionamento social e histórico da capa de jornal. Nesse sentido, procuramos traçar o percurso histórico do gênero capa de jornal. Para isso, analisamos um *corpus* constituído de 90 capas do Diário de Pernambuco, produzidas durante 180 anos. Tanto a escolha do jornal, em virtude da longevidade, como o número de exemplares e o período da amostra nos pareceram necessários e suficientes para verificar as transformações ocorridas nos aspectos organizacionais e funcionais desse gênero ao longo do tempo. Iniciamos nossa abordagem pela apresentação das atuais características e funções do gênero em questão e, em seguida, descrevemos as capas do Diário ao longo do tempo, observando as transformações que as levaram a adquirir as características atuais e a cumprir as funções que cumprem hoje.

A capa de jornal é um gênero do domínio jornalístico e, como gênero, “consiste em ação social significativa, realizada pela linguagem através de forma padronizada, típica e inteligível” (BAZERMAN, 2006, p. 23). É através da capa que o jornal estabelece o primeiro contato com o leitor e essa é uma situação já típica e corriqueira. As capas de jornal são marcadas pela efemeridade, pois o jornal que é produzido hoje é descartado amanhã e isso faz com que elas tenham um destino tão fugaz quanto o do suporte em que são impressas.

Observamos que as capas de jornal todos os dias se apresentam diferentes, porém há sempre algo de familiar entre as de hoje e as que se sucedem dia após dia, pois elas têm uma organização retórica recorrente. É através da diagramação, ou seja, da distribuição dos elementos gráficos como imagens, tipografia, cores, e do uso dos princípios básicos de unidade, ritmo, equilíbrio, simetria e assimetria, contraste e legibilidade que se consegue estabelecer um padrão para a capa de jornal. Esse padrão além de orientar a leitura, funciona como propaganda do jornal e busca uma fidelização do leitor.

Verificamos que, atualmente, as capas do Diário de Pernambuco apresentam os seguintes componentes que as caracterizam: *cabeçalho*, *manchete*, *chamadas de capa*, *fotografia e legenda*, os quais são fundamentais para que a capa cumpra as seguintes funções: identificar o suporte; anunciar o conteúdo do jornal apontando as páginas internas onde a matéria se encontra; e persuadir o leitor quanto à leitura e compra. Esses são os componentes basilares do gênero capa de jornal e por ocorrerem todos os dias, os consideramos como *fixos*. Já outros elementos identificados nas capas do Diário de Pernambuco que compõem nosso *corpus* como *anúncio publicitário*, *charge*, *editorial*, *cartaz*, *convite*, etc., cuja ocorrência não é diária e são menos essenciais na definição atual da capa de jornal, consideramos como *variáveis*.

Entre os componentes *fixos* das capas, apenas o cabeçalho não possui status de gênero. Ele é constituído pelas informações gerais ou marcas de referências do jornal que chamamos de *aparatos da edição* como o nome do jornal, a data, o número da edição, o logotipo, o slogan e algumas vezes, os nomes do fundador, presidente ou redator chefe. Já as *manchetes*, as *chamadas de capa*, as *fotografias* e as *legendas* são gêneros cujos propósitos contribuem para que a capa cumpra as funções de apresentar o conteúdo veiculado no jornal e persuadir o leitor para a compra e leitura.

Então, além dos gêneros *fixos*, constatamos que a capa de jornal, ocasionalmente, abriga outros gêneros, que chamamos de *variáveis* ou *ocasionais*, os quais embora não sejam essenciais à composição da capa, podem funcionar como mais um recurso para atrair e seduzir o leitor.

Quanto ao fato do gênero capa de jornal abrigar outros gêneros, observamos que se trata de uma estratégia para cumprir funções. Assim, os diversos gêneros que nela se entrelaçam estão integrados ao propósito comunicativo da capa, pois há uma dinâmica que os une em função daquilo a que ela se propõe. Trata-se de um fenômeno já observado por teóricos como Bakhtin (1992), Bazerman (2006), Bonini (2005) e denominado por Marcuschi (2005, 2008) como intergenericidade ou intertextualidade genérica.

A ideia que emergiu de nossas análises e reflexões é a de que a capa de jornal é um gênero construído a partir do encaixe de outros gêneros. Consideramos, então, a existência de um contínuo na capa de jornal que parte

dos elementos que chamamos de *aparatos da edição*, tais como os que compõem o cabeçalho, até os gêneros que já atingiram uma autonomia como as *manchetes*, a *foto-legenda* e as *chamadas de capa*. Outros gêneros, no entanto, podem, ocasionalmente, fazer parte desse contínuo e contribuir para que a capa de jornal exerça sua função.

Essas características da capa de jornal revelam a instabilidade inerente aos gêneros textuais (BAKHTIN, 1986) e reforçam a ideia de Miller (2004, p. 17) de que “uma definição retoricamente válida de gênero precisa ser centrada não na substância ou na forma do discurso, mas na ação que é usada para sua realização”.

A capa de jornal, como muitos outros gêneros, incorpora vários recursos semióticos e é um gênero complexo ou multimodal, portanto recursos verbais e não-verbais precisam ser vistos de modo integrado, pois interagem para produzir sentidos. Por outro lado, trata-se de um gênero híbrido, pois abriga outros gêneros.

Os gêneros textuais são definidos por aspectos sociais e históricos e isso significa que as características de um gênero modificam-se de acordo com o contexto sócio-histórico no qual está inserido, portanto, após apresentar o gênero capa de jornal com a configuração e funções atuais, passamos à descrição das capas ao longo do tempo. A análise dos dados nos levou à identificação de 4 fases de transformações em função das mudanças ocorridas: a) fase de predomínio do texto escrito; b) fase da presença de imagens e surgimento das manchetes e chamadas de capa; c) fase de valorização das imagens e da diagramação; e d) fase das capas na era da informática. Foram observadas, em cada uma dessas fases, características determinadas pelas tecnologias empregadas na produção do jornal, pelas tendências jornalísticas e pela influência de outros meios de comunicação.

A primeira fase inicia-se com a fundação do jornal em 1825 e vai até 1890. O Diário de Pernambuco começou a ser impresso em prelo de madeira manual e depois passou ao prelo mecânico. Nos dois processos de impressão, a diagramação das capas era simétrica. Os textos escritos, predominantes nas capas, eram dispostos em longas colunas e seguiam pelas páginas internas do jornal, exigindo uma leitura linear. Fontes variadas, negritos, capitulares, ornatos e filetes nos títulos das seções e linhas de separação eram os recursos gráficos

usados para embelezar as capas e criar um padrão. Era raro o uso de ilustrações nas capas, nesse período.

A princípio, o Diário de Pernambuco era um jornal destinado a facilitar as transações comerciais, assim, trazia em suas capas anúncios diversos. Quando o Diário de Pernambuco tornou-se oficial, as informações sobre repartições públicas passaram a dividir o espaço das capas com informações comerciais, de importação e exportação, portuárias e marítimas, pauta do preço do açúcar e do algodão, etc.

Nessa época, praticava-se um jornalismo político-literário, marcado por debates e polêmicas políticas, temáticas culturais, propagação de acontecimentos sociais, o que justifica a presença, também nas capas do Diário, de cartas, editoriais, epígrafes, notícias, folhetins, poemas e outros gêneros literários extraídos de jornais. Com o surgimento do telégrafo, que representou uma grande transformação no sistema de comunicação, ampliou-se a circulação de notícias e destinou-se um espaço nas capas também para a publicação de telegramas.

A segunda fase de transformação das capas do Diário de Pernambuco, que situamos no período de 1890 a 1950, corresponde a um momento de transição da história do jornalismo impresso, que passa do fazer artesanal à dimensão de empresa. É um momento de grande crescimento industrial que leva a mais investimentos e renovação dos parques gráficos e a um maior consumo de papel. As antigas impressoras foram substituídas pelas rotativas, o componedor pela linotipo e surgiram importantes tecnologias para reprodução de imagens.

O telégrafo, as agências de notícias, o telefone e mais tarde o rádio aceleraram a propagação dos acontecimentos e o modelo de jornal opinativo, transforma-se, aos poucos, em jornal de notícias e reportagens. O jornal torna-se um produto de consumo corrente e aos poucos vão surgindo nas capas elementos que o configuram como tal: aparecem as ilustrações, as fotografias com legendas; os títulos ganham mais destaque; surgem as manchetes e chamadas de capa. O texto verbal passa a conviver com o não-verbal e, gradualmente, manchetes, fotografias, legendas e chamadas vão se integrando para anunciar o conteúdo do jornal, atraindo o leitor e orientando a leitura.

A terceira fase de transformações das capas do Diário de Pernambuco, vai de 1950 a 1990 e é marcada pela forte concorrência da TV que fez com que os

jornais se reformulassem e se adequassem às novas necessidades por ela criadas. A influência da televisão, as tendências do jornalismo americano, a evolução do design de imprensa incentivaram a renovação da apresentação visual dos jornais brasileiros. Nessa fase, aumenta a necessidade de atrair e prender a atenção dos leitores e de fazer o jornal vender-se a si mesmo. Isso se refletiu nas capas que, agora visualmente mais atraentes e expressivas, passaram a ser a vitrine do jornal.

O processo de impressão *off-set* havia agilizado o jornalismo e possibilitado melhor tratamento das imagens. Também houve uma conscientização do valor da diagramação. Verificamos que nas capas do Diário de Pernambuco, os conteúdos passaram a ser mais bem organizados e hierarquizados e o uso da cor era esporádico. As imagens ganharam mais espaço e os textos escritos tornam-se menores e mais objetivos. Nesse período, também houve uma maior integração entre os recursos verbais e não-verbais e as manchetes, fotografias, legendas e chamadas, cada vez mais, se integraram para desempenhar as funções assumidas pelas capas.

A quarta e última fase de transformações das capas do Diário de Pernambuco, que situamos entre 1990 e 2005, inicia-se com a informatização definitiva das redações de jornais. Se o *off-set* havia agilizado e propiciado melhoras no processo de impressão, uma vez agregado ao computador, intensificou ainda mais as possibilidades de uso das cores, tratamento de imagens e de letras e aumentou a agilidade da edição. A internet surgiu como forte concorrente e passou a influenciar a produção dos jornais.

Nessa fase, as capas do Diário de Pernambuco tornaram-se coloridas, mais dinâmicas e instigantes aproximando-se de outros meios de comunicação como a televisão e a Internet. Observamos que os textos escritos diminuíram significativamente e as imagens, a cor e outros aspectos gráficos passaram a ser utilizados com objetivos funcionais tais como: organização, hierarquização, identificação e fidelização.

Ao longo das várias fases de transformações das capas do Diário de Pernambuco, constatamos que esse gênero refletiu e se adaptou a sucessivos contextos sócio-históricos. Nesse processo de constantes modificações, vários gêneros surgiram nas capas, entre eles, as manchetes, foto-legendas e

chamadas; no entanto, alguns gêneros que compunham as capas migraram para as páginas internas do jornal, se transformaram ou desapareceram.

Nessa pesquisa, não realizamos um levantamento exaustivo dos gêneros que já fizeram parte da composição das capas do Diário de Pernambuco, porém procuramos citar e contextualizar minimamente alguns deles como os anúncios classificados, a programação de cinema, a carta de leitor, as proclamas, o folhetim, o telegrama e a notícia.

A exclusão desses gêneros da capa de jornal, bem como de vários outros que ficaram fora dessa relação, aponta para possibilidades de investigações futuras, pois seria relevante saber mais a respeito do caminho percorrido por eles e das mudanças ocorridas. Por outro lado, também seria importante a realização de um estudo mais sistemático a respeito do fenômeno da intergenericidade nas capas de jornal, observando como gêneros diversos se mesclam e reforçam a função da capa.

Finalmente, esperamos que as reflexões que emergiram deste nosso estudo sejam uma pequena contribuição para o debate sobre questões relativas aos gêneros textuais, que ainda necessitam de investigação, especialmente no que se refere às transformações ocorridas ao longo do tempo.

Referências

AMARAL, Luiz. *Jornalismo: matéria de primeira página*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1986.

AMARAL, Luiz. *A objetividade jornalística*. Porto Alegre: Sagra: DC Luzzatto, 1996.

ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. *História da fotorreportagem no Brasil: a fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

ARRUDA, Laércio. *Diário popular: a trajetória de um jornal paulistano*. São Paulo: Angellara, 2006.

ARAÚJO, Emanuel. *A construção do livro: princípios da técnica de editoração*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; Brasília: INL – Instituto Nacional do Livro, 1986.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: as técnicas do jornalismo*. São Paulo: Ed. Ática, 1990a.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira*. São Paulo: Ed. Ática, 1990b.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 11. Ed. São Paulo: Hucitec, 1986.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

BAZERMAN, Charles. *Gêneros textuais, Tipificação e Interação*. São Paulo: Cortez, 2005.

BAZERMAN, Charles. *Gênero, Agência e escrita*. São Paulo: Cortez, 2006.

_____. *Escrita, Gênero e Interação Social*. São Paulo: Cortez, 2007.

BENITES, Sônia Aparecida Lopes. A história contada nas páginas dos jornais. *Revista Letras*. N. 55, p. 197-219, jan./jun. 2001. Disponível em: <<http://calvados.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/letras/article/viewPDFInterstitial/2826/2308>> Acesso em 17/10/2009.

BHARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III*. (Tradução de Léa Novaes) Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990

_____. *A câmara clara: nota sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BIGNOTTO, Cilza; JAFFE, Noemi. *Crônica na sala de aula: material de apoio ao professor*. São Paulo: Itaú Cultural, 2004.

BORTULUCCE, Vanessa Beatriz. *Algumas considerações sobre a estética do cartaz de guerra na Europa – 1914-1918*. Centro Universitário Assunção-UNIFAI. Disponível em <<http://maccouto.sites.uol.com.br/guerra.htm>> Acesso em 09/01/2010.

BONINI, Adair. Os gêneros do jornal: o que aponta a literatura da área de comunicação no Brasil? In: *Linguagem em (Dis)curso*, Tubarão, v. 4, n. 1, p. 205-231, jul./dez. 2003.

_____. Os gêneros do jornal: questões de pesquisa e ensino. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (orgs.). *Gêneros textuais: reflexões e ensino*. Palmas e União da Vitória, PR: Kaygangue, 2005.

_____. As relações constitutivas entre o jornal e seus gêneros: relatos das pesquisas do 'Projeto gêneros do jornal'. In: BRAGA, S.; MORITZ, M. E. W.; REIS, M. S.; RAUEN, F. J. (orgs.). *Ciências da linguagem: avaliando o percurso, abrindo caminhos*. Blumenau: Nova Letra, 2008a.

_____. *Suporte, mídia e hipergênero: os gêneros textuais e suas relações*. Santa Catarina, UNISUL, 2008b. (mimeo)

BRONCKART, Jean-Paul. *Atividades de linguagem, textos e discursos: por um interacionismo sócio-discursivo*. São Paulo: EDUC, 1999.

BUITONI, Dulcília Schroeder. *Imprensa feminina*. São Paulo: Ed. Àtica, 1986.

CALDEIRA, Adriano B. *Chamadas de capa: análise do gênero jornalístico com abordagem sócio-retórica de Swales*. Dissertação (Mestrado em Ciências da linguagem) Universidade do Sul de Santa Catarina, 2007. Disponível em: http://aplicacoes.unisul.br/pergamum/pdf/92999_Adrmano.pdf Acesso em 01/10/2009.

CARRASCOZA, João Anzanello. *A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elementos de sedução na publicidade*. São Paulo: Futura, 1999.

CARVALHO, Gisele de. Gêneros como ação social em Miller e Bazerman: o conceito, uma sugestão metodológica e um exemplo de aplicação. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (orgs.). *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

CASA NOVA, Vera. *Lições de almanaque: um estudo semiótico*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1996.

CAVALCANTI, Severino. Anais da Assembleia Legislativa do Estado de Pernambuco. *Ata da Oitava Reunião Solene da Primeira Sessão Legislativa Ordinária da Décima Legislatura*. Realizada no dia 08 de novembro de 1983. Disponível em www.alepe.pe.gov.br/sistemas/anais/pdf/016_10-1-001-3-008.pdf Acesso em: 10/12/2009.

CAVALCANTI, Maria Clara Catanho. *Multimodalidade e argumentação na charge*. Dissertação (Mestrado em Linguística). Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2008.

CHAPARRO, Manuel Carlos da Conceição. Carta. In: MELO, José Marques de. (org.) *Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo*. São Paulo: FTD, 1992.

CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. São Paulo: Editora da UNESP, 1997.

COELHO, Aline Ferreira & CORRÊA, Taiga. Segmentação: uma tendência do jornalismo. In: *Revista Eclética*, nº 2, p. 12 – 13, jan./jun., 1996. Disponível em: <http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/> Acesso em: 17/05/2010.

CORACINI, Maria José R. F. O título: uma unidade subjetiva (caracterização e aprendizagem) In: *Trabalhos de Lingüística Aplicada*, nº 13, p. 235 – 254, Edições Loyola, 1989.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. <http://diariodepernambuco.com.br/cedoc/historia>.

DIONISIO, A. P. 2005. Gêneros multimodais e multiletramento. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (orgs.). *Gêneros textuais: reflexões e ensino*. Palmas e União da Vitória, PR: Kaygangue, 2005, p. 159 – 177.

DUARTE, Jodeval. *História contada pelo Diário: a praça forte da liberdade*. Brasília: Fundação Assis Chateaubriand, 2005.

EISENSTEIN, Elizabeth L. *A revolução da cultura impressa: os primórdios da Europa Moderna*. São Paulo: Ática, 1998.

ERBOLATO, Mario L. *Jornalismo Gráfico: técnicas de produção*. São Paulo, 1981

ERBOLATO, Mario L. *Técnicas de redação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário*. São Paulo: Ática, 2006.

FARACO, Carlos Alberto. *Linguagem & Diálogo: as ideias linguísticas do círculo de Bakhtin*. Curitiba: Criar Edições, 2003.

FARIA, Maria Alice. Manchetes e títulos no jornalismo impresso brasileiro: o dito e o não-dito. IN: AZEREDO, J. C. (org.). *Letras e comunicação: uma parceria no ensino de língua portuguesa*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

FERREIRA JR., J. *Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico-visual*. São Paulo: Editora Senac, 2003.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Novo manual da redação*. 6. ed. São Paulo: Folha de São Paulo, 1996.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Primeira página*: Folha de São Paulo. 6. ed. São Paulo: Publifolha, 2006.

FONSECA, Letícia Pedruce. *A construção visual do Jornal do Brasil na primeira metade do século XX*. Dissertação (Mestrado em Artes e Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

FONTANINI, Ingrid. Cartas ao editor: a linguagem como forma de identificação social e ideológica. In: Meurer, J. L. e Motta-Roth, D. (Orgs.). *Gêneros textuais e práticas discursivas*: subsídios para o ensino da linguagem. Bauru, São Paulo: EDUS, 2002.

FORMENTÃO, Francismar; NETZLAFF, Henrique; GARCIA, Letícia; FERNANDES, Márcio. *A evolução visual de logotipos e logomarcas na mídia impressa e na TV*. II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho Florianópolis, de 15 a 17 de abril de 2004. Disponível em: www.almanaquedacomunicacao.com.br/.../francisco_formentao.doc Acesso em: 12/04/2010.

FREIRE, Eduardo Nunes. *O design no jornal impresso diário: do tipográfico ao digital*. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 18, p. 291-310, dez. 2009.

GOMES, Valéria Severina. *Traços de mudanças e de permanência em editoriais de jornais pernambucanos: da forma ao sentido*. Tese (Doutorado em Linguística). Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2007.

GRILO, Sheila Vieira de Camargo. *A produção do real em gêneros do jornal impresso*. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2004.

GUIMARÃES, Elisa. *A articulação do título*. 5. ed. – São Paulo: Ática, 1997.

HEBERLE, Viviane M. Revistas para mulheres no século 21; ainda uma prática discursiva de consolidação ou de renovação de idéias? In: *Linguagem em (Dis)curso*, Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão: Ed. Unisul, v.4, n. esp., p. 85-112, 2004.

JAMBO, Arnaldo. *Diário de Pernambuco: história e jornal de quinze décadas*. Edição comemorativa do sesquicentenário. Recife: Diário de Pernambuco S.A, 1975.

KELLY, Celso. *Arte e Comunicação*. Rio de Janeiro: Agir, 1972.

KÖNIG, Brigitte. La tradición discursiva de la proclama. In: CIASPUCIO, Guiomar; JUNGBLUTH, Konstanze; KAISER, Dorothee; LOPES, Célia (Eds.) *Sincronia y diacronia de tradiciones discursivas en Latinoamérica*. Vervuert: Iberoamericana, vol. 107, p. 225 – 239, 2006.

KRESS, G.; van Leeuwen, T. The meaning of composition. In: _____. *Reading images: the grammar of visual design*. London/New York, Routledge. P. 181- 229, 1996.

MACIEL, Laura Antunes. Cultura e tecnologia: a constituição do serviço telegráfico no Brasil. In: *Revista Brasileira de História UNESP – Assis*, São Paulo, v. 21, nº 41, p. 127-144. 2001.

MACHADO, Regina Coeli Vieira. *Cinema Pernambucano*. Fundação Joaquim Nabuco, Recife, 2004. Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br>>. Acesso em: 20/04/2010.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de Comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

MAMEDE-NEVES, M. A. C., SANTIAGO, I. E. & BERTON, J. *O jornal na ótica de jovens universitários*. Vertentes, São João Del Rei: FUNREI, 2004. Disponível em: www.lab-eduimagem.pro.br/frames/seminarios/pdf/smpap.pdf Acesso em: 20/02/2010.

_____. *Gêneros textuais: o que são e como se constituem?* Recife: UFPE, 2000. (mimeo)

_____. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: BEZERRA, Maria Auxiliadora; DIONÍSIO, Ângela; MACHADO, Anna Rachel (orgs.) *Gêneros textuais e ensino*. 3ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

_____. *Curso sobre Gêneros Textuais*. Aula 03 - Tendências II: Tradição clássica versus Escola Norte-americana. Recife, PG Letras – UFPE, 2004. (mimeo)

_____. Gêneros textuais: configuração, dinamicidade e circulação. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (orgs.). *Gêneros textuais: reflexões e ensino*. Palmas e União da Vitória, PR: Kaygangue, 2005, p. 17 – 33.

_____. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. *Manual de Redação e Estilo*. São Paulo: O Estado de São Paulo, 1997.

MARTINS, Jorge S. *Redação publicitária: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 1997.

MATHEUS, Letícia Cantarella. A mediação da história pelo Jornal do Commercio: dois séculos de um monumento ao jornalismo carioca. In: *Revista do Arquivo Geral do Rio de Janeiro*. Nº 3 – 2009. Disponível em: www0.rio.rj.gov.br/arquivo/anexo/revista_cidade_nova_tres.pdf> Acesso em: 24/04/2010.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1970.

MEDINA, Cremilda. *Notícia: um produto à venda*. Jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo, Sumus, 1988.

MELO, José Marques de Melo. *Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo*. São Paulo: FTD, 1992.

MENDONÇA, Márcia Rodrigues de S. *Ciência em quadrinhos: recurso didático em cartilhas educativas*. Tese (Doutorado em Linguística) Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2008.

MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (orgs.). *Gêneros textuais e práticas discursivas: subsídios para o ensino da linguagem*. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

MEYER, Marlyse. *Folhetim: uma história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

MILLER, Carolyn R. Genre as Social Action. *Quartely Journal of Speech*, nº 70, p. 151-167, 1984.

_____. Gênero como ação social. In: DIONÍSIO, A. P. & HOFFNAGEL, J. C. (orgs.) *Estudos sobre Gênero textual, Agência e Tecnologia*. ; tradução e adaptação de Judith Chambliss Hoffnagel [at. al.]. – Recife: Ed. Universitária da UFPE, p. 21- 44, 2009.

MOREL, Marcos & BARROS, Mariana Monteiro de. *Palavra, imagem e poder: o surgimento da imprensa no Brasil do século XIX*. Rio de Janeiro: DP & A, 2003.

MOUILLAUD, Maurice. O nome do jornal. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). *O jornal: da forma ao sentido*. 2 ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília. pp. 85-98, 2002.

MOZDEZENSKI, Leonardo. *O sentido da composição*. Versão traduzida do capítulo The meaning of composition de Kress G.; Van Leeuwen, T. *Reading images: the Grammar of visual design*. London, New York, Routledge, 1996, manuscrita, Recife: UFPE, 2006.

MOZDEZENSKI, Leonardo. *Multimodalidade e gênero textual: analisando criticamente as cartilhas jurídicas*. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2008.

NEWSEUM. Washigton, D. C.'s Most Interactive Museum. Disponível em: www.newseum.org/todaysfrontpages/flas Acesso em: 24/02/2009.

OLIVEIRA, Neide A. Arruda de; OLIVEIRA, Fabricio B. de. O gênero jornalístico opinativo carta do leitor e o tratamento recebido nas redações do jornal impresso. In: *Revista Janus*, Lorena, São Paulo, v. 4, n. 6, p. jul./dez., 2007. Disponível em: www.fatea.br/seerindex.php/janus/article...186152.pdf Acesso em: 25/04/2010.

PATRIOTA, Gonzaga. *Ata da 302ª Sessão da Câmara dos Deputados*. Realizada no dia 10 de novembro de 2005. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/internet/plenario/notas/ordinari/v101105.pdf> Acesso em: 22/12/2009.

PESSOA, Marlos de Barros. História do jornal e história da língua. Texto apresentado no V Seminário do Projeto Para a história do português brasileiro, realizado em Ouro Preto, Minas Gerais. (mimeo), 2002a.

_____. Da carta a outros gêneros textuais. In: LAMOGLIA, Maria Eugênia & CALLOU, Dinah et. Al. (orgs.). *Para história do Português brasileiro*. Notícias de corpora e outros estudos. vol. IV. Rio de Janeiro: UFRJ/FAPERJ, 197-205. 2002b.

_____. O gênero notícia no Brasil: notas para uma história. In: RAMOS, M. Jânia. & ALKMIM, Mônica. A. (orgs.) *Para história do Português Brasileiro*. vol. V. Belo Horizonte, Minas Gerais: Faculdade de Letras da UFMG, 2007.

PINHEIRO, Najara Ferrari. A noção de gênero para análise de textos midiáticos. In: Meurer, J. L. & Motta-Roth, D. (Orgs.). *Gêneros textuais e práticas discursivas: subsídios para o ensino da linguagem*. Bauru, São Paulo: EDUS, 2002.

REIS, Bianca Rocha do Nascimento. *O jornal de papel na era dos veículos online: recursos e conceitos da internet nas páginas impressas*. (Monografia em Jornalismo). UFRJ/ECO: Rio de Janeiro, 2007.

RIZZINI, Carlos. *O jornalismo antes da tipografia*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1968.

ROMANCINI, Richard & LAGO, Cláudia. *História do jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2007.

SALES, Germana M. Araújo. Folhetins: uma prática de leitura no século XIX. In: *Revista Entrelaces*. Programa de Pós-graduação em Letras – Literatura Brasileira da Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, ano I, nº 1, ago/2007.

SANTOS, Marielle Sandolovski. *Design de notícias: uma questão holística*. 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/santos-marielle-design-de-noticias.pdf>> Acesso em 13/04/2010.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. São Paulo: Contexto, 2003.

SILVA, Morgana Soares da. *As ações provocadas por publicidades virtuais e não-virtuais do Unibanco*. Dissertação (Mestrado em Lingüística). Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2008.

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

SIQUEIRA, Alexandra Bujokas. *A importância da primeira página*. 2006. Disponível em: <<http://www.usc.br/analisedemidia/Downloads/fichaati.pdf>> Acesso em 15/10/2009.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

SOUSA, Jorge Pedro. *Elementos de Jornalismo Impresso*, Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior de Portugal. Porto: 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>> Acesso em 17/09/2009.

STOCHL, Hartmut. Typography: body and dress of a text – a signing mode between language and image. In: *Visual Communication*. London, Thousand, Oacs CA and New Delly, vol. 4(2), p. 204 – 214, 2005.

TODOROV, Tzvetan. *Os gêneros do discurso*. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

TRAVAGLIA, Luiz Carlos. C. A caracterização de categorias de texto: tipos, gêneros e espécies. In: *Alfa: Revista de Linguística*. UNESP, São Paulo, nº 51 (1), p. 39-79, 2007.

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

VAN LEEUWEN, Theo. Tipografic meaning. In: *Visual Communication*. London, Thousand, Oacs CA and New Delly, vol. 4(2), p. 137-143, 2005.

VASQUEZ, Pedro. *A fotografia no império*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

ANEXOS

Capa 1



07/11/1825

Capa 2



25/08/1826

Capa 3



01/12/1828

Capa 4



05/05/1831

Capa 5



16/02/1833

Capa 6



DP 09/01/1838

Capa 7



03/01/1840

Capa 8



10/01/1845

Capa 09



10/01/1850

Capa 10



05/01/1853

Capa 11



07/05/1857

Capa 12



08/03/1859

Capa 13



04/01/1865

Capa 14



02/08/1866

Capa 15



20/07/1870

Capa 16



03/07/1873

Capa 17



11/01/1877

Capa 18



07/07/1878

Capa 19



06/04/1882

Capa 21



13/05/1890

Capa 23



14/07/1895

Capa 20



07/04/1885

Capa 22



04/04/1893

Capa 24



01/07/1899

Capa 25



05/07/1900

Capa 27



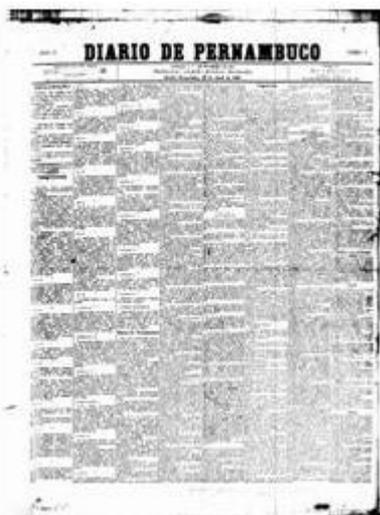
03/01/1904

Capa 29



06/01/1907

Capa 26



23/04/1901

Capa 28



01/07/1905

Capa 30



01/07/1910

Capa 31



07/11/1910

Capa 32



03/08/1914

Capa 33



01/10/1917

Capa 34



06/04/1920

Capa 35



26/02/1922

Capa 36



01/01/1925

Capa 37



07/11/1925

Capa 38



29/07/1930

Capa 39



07/10/1930

Capa 40



27/11/1935

Capa 41



11/11/1937

Capa 42



10/07/1940

Capa 43



23/08/1942

Capa 44



30/10/1945

Capa 45



05/04/1950

Capa 46



16/01/1955

Capa 47



01/01/1957

Capa 48



03/12/1960

Capa 49



12/04/1961

Capa 50



15/01/1963

Capa 51



28/02/1968

Capa 52



21/07/1969

Capa 53



10/04/1970

Capa 54



02/07/1973

Capa 55



18/07/1975

Capa 56



17/10/1978

Capa 57



19/12/1983

Capa 58



22/04/1985

Capa 59



06/10/1988

Capa 60



30/09/1990

Capa 61



17/01/1991

Capa 62



30/09/1992

Capa 63



18/07/1994

Capa 64



03/02/1997

Capa 65



07/11/1997

Capa 66



10/11/1997

Capa 67



15/09/1998

Capa 68



05/10/1998

Capa 69



20/08/1999

Capa 70



04/06/1999

Capa 71



27/12/2000

Capa 72



22/04/2001

Capa 73



18/06/2001

Capa 75



25/10/2002

Capa 77



07/11/2003

Capa 74



12/09/2001

Capa 76



14/01/2002

Capa 78



18/11/2003

Capa 79



17/07/2004

Capa 80



16/11/2004

Capa 81



22/01/2005

Capa 82



01/02/2005

Capa 83



07/07/2005

Capa 84



06/02/2005

Capa 85



03/08/2005

Capa 87



14/08/2005

Capa 89



30/09/2005

Capa 86



14/08/2005

Capa 88



31/08/2005

Capa 90



07/11/2005

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)