

**Imagens e palavras:
uma análise da utilização de códigos gráficos no jornalismo televisivo**
*Images and words:
an analysis of the graphic codes in television news*

KOSMINSKY, Doris
Mestre em Design pela PUC-Rio

Palavras-chave: design gráfico, televisão, imagens

Este artigo tem como ponto de partida o design gráfico da notícia desenvolvido para o *Jornal Nacional* nos últimos vinte anos. A partir da observação destas imagens gráficas, analisamos a constância dos códigos empregados na representação da notícia e a relação entre os signos gráficos e a palavra escrita como expressão jornalística.

Keywords: graphic design, television, images

This article studies the graphic images used on Jornal Nacional during the last twenty years. By observing these images, we analyze the persistence of the codes employed in television news and the relationship between graphic images and the written word as an expression of television journalism.

**Imagens e palavras:
uma análise da utilização de códigos gráficos no jornalismo televisivo**

Em televisão pode-se encontrar diversas aplicações do design gráfico. Esta atividade pode ser observada desde a cenografia (real e virtual - enquadramentos e iluminação) até o design gráfico propriamente dito (abertura de programas, vinhetas, marcas, logotipos, *selos* etc.), passando pelo design informacional (simulações, infográficos, bases para caracteres). No design aplicado ao telejornalismo, no entanto, existe uma característica específica: um maior compromisso com a informação. Assim como a notícia que é veiculada, o design gráfico deve se basear em uma apuração detalhada, já que o grafismo televisual muitas vezes dá corpo a uma notícia sem imagens. Em outras palavras, a imagem gráfica empregada na composição jornalística não pode deixar margem para interpretações dúbias, nem insinuar tomadas de posição ou preferências. Neste contexto, um gráfico que ilustre uma pesquisa eleitoral, por exemplo, não deve fazer uso de características diferenciadas os candidatos, sob o risco de ser considerado tendencioso ou de estar fazendo alguma sugestão ou insinuação subliminar.

Uma das mais importantes expressões gráficas do telejornalismo trata-se dos *selos* utilizados nos telejornais. *Selo* é uma composição de elementos gráficos que é colocada atrás ou ao lado do âncora do telejornal caracterizando o conteúdo da matéria, com o objetivo de reforçar ou complementar o assunto que está sendo lido pelo apresentador. Considera-se que este elemento ajuda a acompanhar a sequência de um determinado acontecimento ao mesmo tempo em que fixa a identidade visual do telejornal.

Os emprego dos *selos* no *Jornal Nacional* pode ser observado a partir da década de 1980. Na medida em que o *Jornal Nacional* é o telejornal de maior audiência da televisão brasileira¹, pode-se concluir que o *selo* é um elemento gráfico visto diariamente por uma grande parcela da população. Poucas peças de design gráfico apresentam uma utilização diária continuada ao longo de tantos anos, como é caso dos *selos*. Esta evidência valoriza as conclusões que apresentamos neste trabalho. As imagens analisadas no presente estudo foram levantadas para a dissertação de mestrado em design da PUC-Rio, concluída em 2003, quando fizemos um arrolamento dos *selos* que foram exibidos no *Jornal Nacional* entre os anos 1983 e 2002.

A partir do conjunto de imagens obtidas, apresentamos uma análise da relação entre palavra e imagem na constituição da expressão gráfica aplicada aos telejornais, evidenciando a constância de alguns códigos representados.

- Imagens e palavras

A palavra está presente nos telejornais de duas diferentes maneiras: a palavra sonora (o texto jornalístico que é ouvido pelo telespectador) e a palavra escrita (uso tipográfico nos *selos*, créditos e legendas). Embora o presente trabalho não se proponha a uma análise das relações estabelecidas entre a imagem gráfica e a linguagem verbal oral, as evidências encontradas na utilização da palavra escrita nos *selos* torna necessário o estabelecimento de algumas proposições a respeito da relação imagem-palavra.

Os *selos* utilizam, na sua composição, palavras e/ou imagens (fotográficas ou infográficas). No telejornal, o *selo* atua a partir da sua articulação com a palavra sonora, em uma vinculação que poderia se encaixar no que Roland Barthes descreve como elaboração. Neste tipo de relação, o texto verbal elabora a imagem ou, vice-versa, a imagem elabora o texto verbal. Barthes distingue dois tipos de elaboração. Uma na qual o texto verbal vem primeiro fazendo com que a imagem seja uma ilustração do texto; e outra na qual a imagem vem primeiro, de modo que o texto se torne uma declaração definitiva e precisa ou ainda, que a apure, numa relação que este autor chama de ancoragem. A ancoragem atua como uma espécie de controle, encaminhando a percepção, ajudando a escolha do significado mais preciso². Não há dúvida de que, em telejornalismo, o texto verbal é capaz de transmitir os detalhes da informação, e neste caso, se avaliarmos que, por este motivo, o texto verbal “vem primeiro”, poderíamos julgar o *selo* como uma ilustração. Por outro lado, se considerarmos que toda apreensão imagética tem uma dimensão gestáltica, em oposição à compreensão de um texto verbal que se desenrola sequencialmente a partir dos seus fonemas, formando palavras, frases, períodos etc., tenderíamos a uma outra conclusão. Por este último ponto de vista, a imagem “chega” primeiro ao telespectador contando com a linguagem que, de acordo com Barthes, vem em seu socorro - para defini-la. De qualquer modo, não se pode negar a existência de uma relação de complementaridade entre a mensagem visual e a verbal, independentemente do tipo de mensagem que atinge o receptor em primeiro lugar.

Se, como observamos, o *selo* só existe a partir da sua relação com o texto jornalístico, por outro lado, sem o *selo*, o telejornal ficaria, no mínimo, menos atraente. Esta evidência é confirmada pela utilização do *selo* jornalístico nos principais telejornais de várias emissoras, do Brasil e do exterior. Assim, é através da interação entre a imagem gráfica e o texto jornalístico que a notícia é transmitida. A análise de Roland Barthes sobre a relação entre a palavra e imagem fotográfica pode servir de auxílio na compreensão do funcionamento deste processo. Este autor observa que a fotografia não é uma estrutura isolada; ela se identifica “pelo menos, com uma outra estrutura, que é o texto (título, legenda ou artigo)” que a acompanha³. Assim, duas estruturas diferentes atuam na construção da totalidade da informação. São, no mínimo, duas unidades heterogêneas e concorrentes. No texto, a substância da mensagem é constituída pelas palavras; na fotografia, por linhas, superfícies e matizes⁴. Barthes observa ainda que, no caso da fotografia jornalística, estas duas unidades ocupam espaços separados e contíguos. No caso dos *selos*, os espaços destas unidades são separados, mas simultâneos, unidos pela dimensão temporal. A relação sensível é diferenciada: os *selos* são compreendidos pela visão, enquanto o texto verbal da notícia é captado pela audição. Kress e van Leeuwen⁵ destacam a argumentação de Barthes de que o significado das imagens (e de outros códigos semióticos, como vestuário, comida etc.) é sempre relacionado e, em certo sentido, dependente do texto verbal. Para Barthes, as imagens são polissêmicas, isto é, abertas a toda variedade possível de significados, dos quais o leitor pode escolher alguns e ignorar outros. “Desenvolvem-se, assim, em todas as sociedades, técnicas diversas destinadas a *fixar* a cadeia flutuante dos significados, de modo a combater o terror dos signos incertos: a mensagem lingüística é uma dessas técnicas”⁶. Para que se alcance um significado definitivo, a linguagem precisa estar presente, fixando o sentido. Outros modelos de análise também foram desenvolvidos para explicar as vinculações entre o verbal e o visual. Kibédi-Varga⁷, por exemplo, apresenta uma tipologia das relações entre a palavra e a imagem que se relaciona com a forma de expressão visual. Ele observa três tipos de relações entre a imagem e a palavra escrita: (1) *Coexistência*: palavra e escritura aparecem numa moldura comum; a palavra está inscrita na imagem; (2) *Interferência*: a palavra escrita e a imagem estão separadas uma da outra espacialmente, mas aparecem na mesma página; (3) *Co-referência*: palavra e imagem aparecem na mesma página, mas se referem ao mundo uma independente da outra.

Utilizaremos a seguir imagens dos *selos* representativos da temática chuva para observarmos a evolução das relações entre a imagem e a palavra escrita. Os *selos* de 1984 (fig. 1) e 1988 (fig. 2) são restringidos por uma moldura que demarca a área de informação variável. O *selo* divide o seu espaço com um outro quadro emoldurado que exhibe um momento da vinheta do noticiário. Mas, apesar das semelhanças aparentes entre as

imagens destes dois *selos*, pode-se observar diferenças no enquadramento e na própria configuração da imagem. Nestes dois exemplos apresentados, o *selo* se encontra enquadrado por uma moldura-objeto, assim chamada porque busca isolar a imagem do mundo cotidiano através de uma fronteira visível e material⁸. Observam-se, também, diferenças no enquadramento do apresentador. No primeiro momento (fig. 1), pode-se ver a bancada do apresentador. O enquadramento é tão aberto que as suas mãos podem ser vistas. No exemplo da fig. 2 o enquadramento é mais fechado, valorizando a imagem ao fundo. A palavra chuva aparece na fig. 1 em uma relação de *interferência* com o fundo que é constituído por uma representação gráfica simbólica da chuva. Em outras palavras, as linhas paralelas e inclinadas são empregadas como ícone de chuva, na medida em que imitam o movimento e a inclinação das gotas, mas a palavra “chuva” se encontra desvinculada da imagem, apenas superposta à esta, como se estivesse localizada em um outro plano. A fig. 2 apresenta uma relação de *coexistência* entre palavra e imagem. As linhas paralelas e inclinadas deixam de apenas compor o fundo e passam a constituir o elemento tipográfico, na medida em que a palavra chuva é “escrita” por estas linhas. A fig. 3 evidencia um rompimento da moldura, através da repetição da representação de chuva utilizada três anos antes (fig. 2), mas agora fora da restrição do enquadramento fixo. Neste exemplo há um maior emprego da cor e também de outros elementos que reforçam a idéia de chuva, como nuvens. A palavra chuva, criada com os riscos do desenho das gotas, é colocada em perspectiva, valorizando a profundidade do quadro. Os traços que compõem o “a” da palavra “chuva”, alcançam a margem esquerda do quadro, sugerindo uma continuação do quadro, ou seja, um espaço “fora-de-campo” ou “fora-de-quadro”⁹. Esta situação em que o elemento icônico sugere a existência de um referente completo, embora apenas parte deste esteja visível também acontece nos exemplos de *selo* da fig. 4 e fig. 5. Observe, por exemplo, a nuvem do *selo* da fig. 4. Ela não está completa, mas o que temos visível dela é o bastante para sugerir uma pesada nuvem de onde saem os “riscos” de chuva. Mas, sem dúvida, o que chama mais atenção na observação das imagens das fig. 4 e fig. 5 é o abandono da palavra escrita e o emprego exclusivo da linguagem gráfica pictórica. Pode-se considerar que a passagem entre estas duas figuras afirma o reconhecimento da imagem gráfica como linguagem expressiva da notícia. A fig. 5 aparece como testemunho desta proposição, apesar de realçar uma representação de chuva mais realista e menos gráfica. Neste último exemplo de *selo* sobre o tema chuva, pode-se também observar uma tendência do design gráfico de integrar a apresentadora à própria imagem da notícia. Há a sugestão de existência de um horizonte ao fundo, compondo uma paisagem ao mesmo tempo fictícia (pela forma como as cores são empregadas) e realista (por seu distanciamento da linguagem puramente gráfica).



Fig. 1. Selo chuva - exibido em 23 de junho de 1984



Fig. 2. Selo chuva - exibido em 24 de outubro de 1988.



Fig. 3. Selo chuva - exibido em 11 de janeiro de 1991



Fig. 4. Selo chuva - exibido em 5 de abril de 1994



Fig. 5. Selo chuva - exibido em 6 de dezembro de 2002

Em todos os exemplos observados, a presença de linhas verticais parece ter se mostrado a forma mais adequada para representar “chuva” graficamente. É interessante constatar como a linguagem gráfica verbal, presente nos primeiros exemplos, foi sendo abandonada nos anos seguintes. A partir desta observação, levantamos a hipótese de que o emprego da linguagem gráfica verbal deixou de ser considerado imprescindível para a compreensão do conteúdo da mensagem. É provável que, no momento inicial da prática criativa desta mensagem visual, a malha formada pelas linhas azuis paralelas do *selo* da fig. 1 tenha sido julgada insuficiente para representar *chuva*. Por isso, nos exemplos dos primeiros anos de implementação da linguagem dos *selos*, adotou-se paralelamente a linguagem gráfica verbal, em uma função de ancoragem, ou seja, para “fixar a cadeia flutuante dos significados” da mensagem icônica¹⁰.

- Longevidade de representação

Vimos, nos exemplos acima, como a imagem foi ganhando autonomia de representação, praticamente dispensando a utilização da palavra escrita. Nas amostras que analisaremos a seguir, chamamos atenção para a evolução de uma organização visual onde o emprego da palavra escrita mostrou-se, ainda mais rapidamente, dispensável em função da absorção e compreensão do código visual utilizado.

Investigando em que medida uma forma pode ser considerada adequada para uma representação, procuramos apoio na área da *gestalt*. A *lei da pregnância* é considerada uma lei básica da teoria da *gestalt* e trata da percepção das formas, estabelecendo que uma configuração será sempre tão “boa” quanto as condições reinantes permitirem¹¹. Este sentido de valor positivo de uma forma se relaciona à diversas propriedades como regularidade, equilíbrio visual e simplicidade. A premissa básica é de que “quanto melhor for a organização visual da forma do objeto, em termos de facilidade de compreensão e rapidez de leitura e interpretação, maior será o seu grau de pregnância”¹². Este mesmo conceito é encontrado de forma mais ampla nos dicionários de psicologia. No Dicionário de Psicologia da Editora Globo, o termo *pregnância* é definido como “força e portanto, estabilidade e continuidade de uma organização psicológica, que se mostra, entre todas as outras possíveis como que privilegiada”¹³.

O que nos chama a atenção nesta última definição é o conceito de continuidade de uma organização dominante dentro de um sistema. É neste sentido que iremos observar a constância de alguns códigos visuais nas representações utilizadas nos *selos*. Ou seja, observaremos uma escolha icônica que, por ter se mostrado adequada, continuou sendo utilizada em diversas circunstâncias e em diferentes momentos históricos. Neste sentido, procuraremos observar como, apesar de sofrerem inovações estéticas, alguns códigos visuais continuaram permanecendo atualizados na transmissão de informações. Esta observação nos leva a questionar algumas características de força do signo icônico que privilegiam a sua permanência ao longo do tempo. “A longevidade do código vem determinada pela constância dos seus elementos estruturais de fundo e pelo seu dinamismo interno: pela capacidade de mudar conservando ao mesmo tempo a memória dos estados precedentes e, portanto, a autoconsciência da unidade”.¹⁴

Um bom exemplo de longevidade de códigos visuais pode ser observado na escolha dos padrões de representação dos *selos* sobre inflação. Os nove exemplos de *selos* sobre este tema (fig. 6 a fig. 14), que foram ao ar entre os anos de 1985 e 2002, apresentam como denominador comum a presença da ilustração de um gráfico como o símbolo mais evidente da inflação. No *selo* de 1985 (fig. 6) encontra-se a presença da linguagem verbal escrita através da utilização da palavra “inflação” que aparece repetida quatro vezes no fundo, em tamanho crescente. Pode-se, também, ler dois índices (221,4% e 217,3%) superpostos sobre o gráfico. Mas, observando o conjunto dos *selos*, pode-se concluir que a utilização do gráfico permanece como representação de inflação. O gráfico pode ser discreto, como em 1985 (fig. 6) e 2000 (fig. 13), ou gigantesco, como que a demonstrar uma inflação assustadora (*selo* de 1988 – fig. 8 e *selo* de 1992 - fig. 9). A constância de utilização do gráfico de inflação como representação adequada para o tema nos permite uma análise mais profunda do desenvolvimento estético dos *selos*. Os três primeiros exemplos (fig. 6, fig. 7 e fig. 8) apresentam a imagem gráfica dentro da moldura. Mas, a partir de 1992 (fig. 9), embora o signo icônico tenha permanecido o mesmo de quatro anos antes (fig. 8 – gráfico vermelho em direção ao primeiro plano), a representação rompe a moldura, ganha um horizonte e um reflexo, buscando ocupar o resto do espaço disponível. O movimento do gráfico, que avança do fundo, sugere a profundidade do quadro. Mas, este espaço perspectivo torna-se mais explorado a partir de 1994 (fig. 10) com a entrada de outros elementos em quadro (cédulas, plano quadriculado, faixas coloridas). Uma curiosidade interessante: os *selos* de 1994 (fig. 10) e 1995 (fig. 11) seriam absolutamente iguais, se não fosse pela mudança no desenho das cédulas: a

inflação foi mais veloz do que as mudanças no estilo estético dos *selos*. O último exemplo observado, do ano de 2002 (fig.12), alia o movimento à dimensão perspetiva. As cédulas, em seu movimento em direção ao primeiro plano, deixam o rastro do seu caminho veloz. O gráfico amarelo, que avança do fundo, cai sobre a bancada do apresentador, em um traçado descendente sugerindo queda da inflação, em oposição à maioria dos outros *selos* desta temática.

Ao lado das transformações estéticas, ocorridas ao longo da representação do tema inflação, o enquadramento do apresentador também sofreu alterações. Mas, paradoxalmente, o primeiro (fig. 6) e o último (fig. 14) exemplo apresentam enquadramentos semelhantes: parte da bancada e as mãos dos apresentadores são visíveis, embora estas evidências tenham origens diferentes. Se em 1985 (fig. 6) o *selo* tinha uma presença tímida, ocupando menos de $\frac{1}{3}$ da tela, em 2002 (fig. 14) o enquadramento mais aberto da apresentadora é representativo de um amadurecimento do *selo* como expressão gráfica. A apresentadora ocupa menos espaço na tela para que haja mais espaço para o diálogo visual, em outras palavras, para que a imagem gráfica possa crescer.



Fig. 6. Selo inflação - exibido em 26 de julho de 1985



Fig. 7. Selo inflação - exibido em 24 de outubro de 1988



Fig. 8. Selo inflação - exibido em 28 de julho de 1988



Fig. 9. Selo inflação - exibido em 21 de fevereiro de 1992



Fig. 10. Selo inflação - exibido em 7 de abril de 1994



Fig. 11. Selo inflação - exibido em 11 de maio de 1995



Fig. 12. Selo inflação - exibido em 5 de agosto de 1998



Fig. 13. Selo inflação - exibido em 19 de outubro de 2000



Fig. 14. Selo inflação - exibido em 6 de dezembro de 2002

As diversas formas com que uma mesma temática foi abordada ao longo dos anos, nos permite dedicar mais atenção aos fundamentos estéticos de cada imagem. É interessante observar que na fig. 6 – de 1985, a única realizada sem a utilização do computador, há uma total planificação da imagem. A palavra inflação, os índices e o próprio gráfico se desenvolvem todos sobre um único plano. A entrada das ferramentas computacionais, observada a partir da fig.7 - de 1988, tem como principal característica a ocupação do espaço tridimensional. Esta característica mantém-se em todos os demais exemplos desta temática, de forma

muitíssimo evidente no exemplo da fig. 9. Neste *selo* de 1992, o gráfico tridimensional “sai” da moldura, mostrando com clareza as suas características computacionais. Ele é uma manifestação clara da “descoberta” da tridimensionalidade das ferramentas computacionais: a utilização de um horizonte, o reflexo e a pouca sutileza na iluminação das dobras do gráfico apontam para os resultados obtidos com os primeiros *softwares* de 3D. Dois anos depois, no *selo* de 1994 (fig. 10) entra em cena a transparência como forma de suavizar a rigidez das figuras tridimensionais. O exemplo mais recente (fig. 14 – de 2002) utiliza um ponto de fuga demarcado e distante de onde partem, em sugestão de movimento, as cédulas que compõem a figura. O gráfico se debruça sobre a bancada do apresentador, sugerindo uma presença real. A imagem resultante parece um quadro parado de uma animação de um vôo cédulas. A iluminação utilizada é sutil e há uma expressão de dinamismo no *selo*.

Retomando a abordagem da permanência de algumas representações ao longo dos anos, cabe-nos avaliar as questões relativas à generalidade ou particularidade encontradas na informação visual. Ou seja, na maior parte dos casos, uma representação gráfica, por mais que se mostre adequada, será sempre uma mensagem específica. Uma das características principais da linguagem pictórica é que ela não possibilita a expressão de informações generalistas, ao contrário da linguagem verbal¹⁵. Michael Twyman apresenta como exemplo a palavra *relógio* que é uma designação comum a diversos tipos de instrumentos para medir intervalos de tempo. Esta designação cobre todos os tipos de peças, analógicas ou digitais, modelos de corda, a pilha ou elétricos. Mas, quando nos propomos a representar *relógio* pictorialmente, não podemos deixar de ser específicos. Neste caso, o relógio terá que ser analógico ou digital, antigo ou moderno etc¹⁶.

Esta questão pode ser ilustrada com exemplos de *selos* sobre telefone. O *selo* de 1986 (fig. 13) apresenta parte de um disco de telefone. O discador analógico deve ter sido considerado a melhor representação para o tema telefone, talvez, por ser encontrado em qualquer aparelho telefônico da época. Aos olhos de um telespectador de hoje, esta representação não se mostra mais funcional, ao contrário, vemos apenas números de um disco que era usado para realizar as ligações, o que talvez não possa ser identificado pelas novas gerações. Esta uma imagem nos remete mais ao passado do que à telefones. O segundo exemplo (fig. 14), embora não tão longe no tempo, já nos sugere um aparelho celular mais antigo, apesar da utilização do dial ao fundo do objeto.



Fig. 13. Selo telefone - exibido em 4 de agosto de 1986



Fig. 14. Selo celular - exibido em 19 de outubro de 2000

- Conclusão

Consideramos que os *selos* do *Jornal Nacional*, apresentados neste trabalho, propiciaram profundidade à análise gráfica desenvolvida. Esta evidência é atestada pela exibição diária do produto *selo* - presenciado, continuamente, por um público amplo. Consideramos que, no Brasil, poucos objetos gráficos tenham sido observados de forma tão constante por um número tão grande de pessoas de todas as idades e classes sociais.

As análises desenvolvidas sobre os *selos* nos sugerem duas questões. Em primeiro lugar, questionamos em que medida a evidência de substituição de uma expressão gráfica com forte presença da linguagem verbal escrita por uma linguagem puramente gráfica é o retrato do amadurecimento de um produto de design gráfico. Como observamos nos exemplos dos *selos* de tema “chuva”, houve o abandono da palavra em favor da sua tradução gráfica: a representação gráfica da chuva substituiu a palavra. A nossa análise indica que ao longo do tempo, o produto gráfico utilizado no telejornal foi sendo absorvido pelo público. Neste período, a palavra foi utilizada como elemento fundamental da expressão gráfico da notícia. O afastamento paulatino da

linguagem verbal escrita na produção dos *selos* aponta para uma maior aceitação e compreensão deste produto visual e sua utilização em bases mais simbólicas e icônicas. A nossa conclusão indica que o desenvolvimento gráfico parece caminhar paralelamente à maior capacidade do público em conhecer e absorver a imagem gráfica, ou talvez em uma maior crença dos produtores de imagens na compreensão deste observador.

Por outro lado, a observação de grupos de *selos* onde os códigos visuais utilizados foram mantidos ao longo do tempo permitiu a observação de evoluções no campo do design gráfico, potencializado pelo surgimento de novas condições técnicas, principalmente das tecnologias computacionais aplicadas à esta atividade. Uma expressão gráfica simbólica que tenha se mantido constante ao longo de quase vinte anos, como é o caso da utilização do gráfico de inflação apresenta-se como tradução ideal para este tema. A constância desta representação nos permitiu observar os diversos estilos estéticos e técnicos utilizados. Observamos, por exemplo, a ascensão das imagens produzidas matematicamente, sugerindo a terceira dimensão a partir dos *selos* de 1988 (fig. 7 e fig. 8). Embora a sugestão de terceira dimensão continue presente no mais recente *selo* sobre este tema (fig. 14, do ano de 2002), podemos observar o amadurecimento das técnicas computacionais e o desenvolvimento de uma estética disposta a ocultar a sua origem matemática. Em outras palavras, a utilização da terceira dimensão compõe um ambiente imersivo, com sutilezas visuais. A observação em ordem cronológica dos *selos* sobre inflação nos sugere uma maior valorização deste produto gráfico. Esta evidência é confirmada pelo espaço de tela que passa a ser ocupado pelo *selo*, inclusive com sugestão de uso da profundidade, como pode ser observado no último exemplo de *selo* sobre inflação (fig. 14).

Acreditamos que as observações feitas ao longo do presente trabalho podem servir como ponto de partida para diferentes questionamentos em relação à outros produtos gráficos. A nossa expectativa é que este trabalho possa representar uma contribuição no campo do design, não somente por permitir a observação cronológica de construções gráficas temáticas, mas também pelas sugestões de análise que possa propor a outros conjuntos de objetos de design gráfico.

¹ Em 1980, uma pesquisa realizada pelo Ibope demonstrou que o telejornalismo é a mais importante e acessível fonte de informação da população. Do público pesquisado, 73% tinham acesso a televisão. Segundo matéria publicada pela revista *Exame*, em agosto de 2002, a televisão é hoje o único meio de informação e entretenimento para 40% da população. Atualmente, o *Jornal Nacional* é considerado o principal programa jornalístico da televisão brasileira, graças a sua elevada audiência, sem que se possa precisá-la com números exatos. A audiência média medida pelo Ibope é de 40% dos aparelhos ligados. No site do programa, encontra-se o número de 40 milhões de telespectadores. JORNAL NACIONAL. Histórico. Disponível em <http://www.globo.com/jornalnacional>. Acesso em 19 de setembro de 2001.

² BARTHES, Roland. *O óbvio e o Obtuso*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1990. p. 31-34.

³ *Ibid.*, p.12

⁴ *Idem*

⁵ KRESS, Gunther and VAN LEEUWEN, Theo. *Reading Images – The Grammar of Visual Design*. USA and Canada: Routledge, 2000. p. 16.

⁶ BARTHES, op. cit., p. 32.

⁷ KIBÉDI VARGA, Aron. Criteria for describing word-and-image relations. *Poetics Today* 10.1, 1989. p 31-53, apud SANTAELLA, Lúcia e NÖTH, Winfried. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2001. p. 56.

⁸ AUMONT, Jacques. *A Imagem*. Campinas, Papirus, 1993. p. 146.

⁹ AUMONT, Jacques e MARIE, Michel. *Dicionário Teórico e Crítico de Cinema*. Campinas: Papirus, 2003. p. 132.

¹⁰ *Ibid.*, p. 18

¹¹ KOFFKA, Kurt. *Princípios de Psicologia da Gestalt*. São Paulo: Cultrix, 1975 apud MACHADO, Arlindo. *A arte do vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 59.

¹² GOMES FILHO, João. *Gestalt do objeto. Sistema de leitura visual da forma*. São Paulo: Escrituras, 2002. p. 36.

¹³ WERTHEUNERM, 1923, apud PIÉRON, Henri. *Dicionário de Psicologia*. Rio de Janeiro: Editora Globo, 1987.

¹⁴ LOTMAN, J. e USPENSKIJ, B. et al. *Ensaio de semiótica soviética*. Lisboa: Horizonte, 1981. apud GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores*. São Paulo: Anna Blume, 2002. p. 92.

¹⁵ TWYMAN, Michael. Using pictorial language: A Discussion of the Dimensions of the Problem. In: DUFTY, T. & WALLER, R., *Designing Usable Texts*. New York: Academic Press, 1985. p. 263-265.

¹⁶ *Idem*

- **Referências bibliográficas**

- AUMONT, Jacques. **A Imagem**. 3ª ed. Campinas: Papirus, 1993. (Coleção Ofício Arte e Forma).
- AUMONT, Jacques e MARIE, Michel. **Dicionário Teórico e Crítico de Cinema**. Campinas: Papirus Editora, 2003.
- BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1984. 7ª impressão.
- _____. **O Óbvio e o Obtuso**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1990. 2ª impressão.
- BERGER, John. **Modos de Ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Leitura sem palavras**. São Paulo: Ática, 2001. 4ª ed.
- GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Anna Blume, 2002. 2ª ed.
- JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. Campinas: Ed. Papirus, 2001. 4ª ed.
- KRESS, Gunther and VAN LEEUWEN, Theo. **Reading Images – The Grammar of Visual Design**. USA and Canada: Routledge, 2000. Reimpressão. 288 p.
- MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1995. 3ª ed.
- MARTINS, João. Dossiê Gráficos de televisão (I). História dos gráficos na TV. **Produção Profissional**, São Paulo, p. 48-55, abr. 2002.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil – um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.
- SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da linguagem e pensamento (sonora, visual, verbal)**. São Paulo: Iluminuras, 2001. 431 p.
- SANTAELLA, Lúcia e Nöth, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2001. 3ª ed.
- SOUZA, Cláudio Mello E. **JN - 15 anos de história**. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 1984.
- TWYMAN, Michael. The graphic presentation of language. **Information Design Journal**, vol 3(1), 1982, Grillford Ltd. Stony Stratford, Milton Keynes, UK 2-22.
- _____. Using pictorial language: A Discussion of the Dimensions of the Problem. In: DUFTY, T. & WALLER, R., **Designing Usable Texts**. New York: Academic Press, 1985, ch. 2, 245-312.

Imagens utilizadas com autorização da Central Globo de Jornalismo – TV Globo

Doris Kosminsky
doriskos@uol.com.br

Rua Fonte da Saudade, 61 ap. 1103 – Lagoa
cep. 22471-210 – Rio de Janeiro - RJ

Tels: 2266.0787 / 9961.0664