

# Opinião e diagramação

Raquel Longhi

## Resumo

Opinião e jornalismo frequentemente andam juntos, em especial nos editoriais, artigos de colunistas e seção de leitores. Isso se refere a texto, ou seja, ao conteúdo verbal da publicação. Ao verificar o conteúdo formal, porém, percebem-se outras maneiras de mostrar posicionamentos, o que acontece pela disposição dos elementos da linguagem visual na página. Unindo forma e conteúdo, a diagramação é capaz de expressar a opinião. Este artigo analisa algumas estratégias utilizadas nesse sentido.

## Palavras-chave

*Opinião. Diagramação. Jornalismo.*

## Abstract

Abstract: Journalism and opinion frequently walk together, through articles, editorials, and so. That is about the textual implications of content. When examining the formal content, otherwise, one notes another ways to show a point of view, by the arrangement of the visual language elements on the page. Join together form and content, newspaper design expresses opinion. This article verify some strategies for that.

## Key words:

*Opinion, newspaper design, journalism*

## Opinião, sempre

Quando se fala em opinião, no jornalismo, pensa-se primeiro na opinião através do texto. Seções do jornal (ou revista) tais como *Editorial*, artigos assinados por colunistas e outros são opinativas, *a priori*. Ao lado da opinião, estão, invariavelmente, questões como as da subjetividade ou objetividade da informação, discurso jornalístico, função do enunciador no jornalismo, e outras, todas elas temas de diversos estudos no campo da Comunicação e Informação. Conteúdo e forma, porém, sempre andam juntos. “São componentes básicos, irreduzíveis, de todos os meios (a música, a poesia, a prosa, a dança) e (...) também das artes e ofícios visuais”, como salienta DONDIS (2003:131). Entendendo o conteúdo como a mensagem, e a forma como o meio, o *design* e a ordenação, ainda de acordo com DONDIS (2003: 132), é possível analisar a presença da opinião através da diagramação. Leva-se em conta, nesta análise, os papéis do enunciador/criador, que emite a mensagem, e do receptor/observador, que poderá modificá-la ao recebê-la, conforme o mesmo autor:

O resultado final de toda experiência visual, na natureza e, basicamente, no *design*, está na interação de polaridades duplas: primeiro, as forças do conteúdo (mensagem e significado) e da forma (*design*, meio e ordenação); em segundo lugar, o efeito recíproco do articulador (*designer*, artista ou artesão) e do receptor (público). Em ambos os casos, um não pode se separar do outro. A forma é afetada pelo conteúdo; o conteúdo é afetado pela forma. A mensagem é emitida pelo criador e modificada pelo observador (DONDIS, 2003:132).

é uma estratégia bastante utilizada no jornalismo, especialmente impresso. Os exemplos que serão mostrados neste artigo incluem desde a troca de lugar de uma seção, editorial ou coluna, até a publicação de uma capa ocupada quase inteiramente por uma grande área negra. Tais estratégias expressam uma tomada de posição a respeito de determinado assunto ou situação. Para elaboração deste artigo, optou-se pelo meio impresso. O meio digital foi excluído, aqui, por merecer um trabalho específico, devido as suas características, em grande parte, diferenciadas do impresso.

No jornalismo, informação e opinião freqüentemente andam juntas; grande parte dos veículos de comunicação é criada para servir aos interesses de seu(s) proprietário(s), e, em muitos casos, aos interesses dos anunciantes ou dos governos. Esta opinião, em geral, é expressa através dos editoriais. O editorial é uma interlocução entre o jornal e o poder, entre o jornal e setores da sociedade (ABRAMO, 1993:118). No que diz respeito à diagramação, a história nos fornece elementos para perceber como a opinião pode ser expressa através de estratégias formais de disposição do conteúdo.

Dentre outras referências de suas memórias no jornalismo, Cláudio Abramo conta um fato exemplar no qual a importância da notícia ultrapassou a ideologia do proprietário do veículo<sup>1</sup>. Na década de 1950, o jornal *Estado de S. Paulo*, de propriedade de Júlio Mesquita, não dava notícias nacionais na sua primeira página, apenas internacionais. Tratava-se de uma exigência do proprietário do jornal, que considerava a Europa e o mundo mais importantes que o Brasil, segundo ABRAMO (1993:37). O suicídio do presidente Getúlio Vargas, porém, mudou esta norma, recebendo espaço na capa.

<sup>1</sup> No livro *A regra do jogo*, p. 37.

Isso aconteceu por insistência de Abramo, então diretor de redação do jornal, e dos filhos de Mesquita. O mesmo autor ainda lembra que:

A reserva da primeira página para temas internacionais (dirigidos principalmente na linha anti-soviética em geral) mostra até que ponto o dr. Julinho estava contra a sociedade brasileira (...), contra a Constituição de 1946 (...) e contra as soluções de aparência democrática. Só depois do golpe de 1964, e anunciando-o, foi que as notícias começaram a sair na primeira página do Estado (ABRAMO, 1993: 37).

Fatos como este mostram como a opinião, no caso, do proprietário do veículo, influa sobre uma das premissas básicas da diagramação, ou seja, a disposição do conteúdo noticioso. Por conta deste mesmo fato, o então diretor de redação do *Estado*, Cláudio Abramo, criou a “Última Página”, que era a primeira a ser lida pelos leitores, já que a capa era feita diretamente a partir das agências de notícias internacionais, contendo apenas este tipo de informação (ABRAMO, 1999: 37).

Outros elementos utilizados na diagramação, como fotografias, ilustrações, charges, textos, destaques, legendas, também podem ser remanejados, de modo a transmitir a opinião do veículo. O próprio espaço conferido a determinado assunto pode denotar uma posição do veículo, ou ainda, o deslocamento de um editorial para a capa do jornal, como veremos adiante.

Como todos sabem, *opinião* é a expressão de um posicionamento a respeito de determinado assunto ou tema. É expressa principalmente através do texto. Um veículo de comunicação sempre estará expressando a opinião de seus proprietários, ou grupos proprietários,

## Um veículo de comunicação sempre estará expressando a opinião de seus proprietários, ou grupos proprietários, transmitindo uma ideologia ao seu leitor

transmitindo uma ideologia ao seu leitor, que pode ser: mais conservadora, mais moderna, mais radical. Trata-se de sua *linha editorial*, algo que “implica diretamente decisão sobre os produtos a serem publicados e baseia-se numa política editorial” (RABAÇA, 2002: 433).

Assim como o veículo, o jornalista também deve ter sua opinião, como lembra Abramo (1993: 109). A opinião é fundamental no exercício do jornalismo, e não poderia ser diferente no todo da publicação:

O jornalista não pode ser despido de opinião política. A posição que considera o jornalista um ser separado da humanidade é uma bobagem. (...) Deve-se, sim, ter opinião, saber onde ela começa e onde acaba, saber onde ela interfere nas coisas ou não (ABRAMO, 1993: 109).

### Diagramação e Opinião

A diagramação é a disposição de um conteúdo noticioso ou informativo sobre um suporte material (impresso, digital ou eletrônico). Reunindo forma e conteúdo, “diagramar é criar e executar (...) a distribuição gráfica das matérias a serem publicadas no veículo impresso” (RABAÇA, 2002: 222). A técnica da diagramação utiliza elementos característicos, tais como: títulos, fotografias, ilustrações, infográficos, charges, textos, legendas, destaques etc. Estes elementos são utilizados, em geral, para atender a uma necessidade editorial:

As imagens, o tamanho das fontes tipográficas, a posição de títulos, retículas, boxes, fios, enfim, todos os elementos visuais devem ser perfeitamente pensados e posicionados com o objetivo de atender a uma necessidade editorial (OKIDA, 2002: 1).

A mudança de lugar de um editorial, por exemplo, pode denotar opinião. Este é um expediente utilizado por alguns jornais, no caso do Brasil, em momentos cruciais da vida do país. Um exemplo foi o editorial “Carta aberta ao Sr. Presidente da República” (FIG. 1), assinado por Otavio Frias Filho e publicado na primeira página do jornal *Folha de S. Paulo*, em 25 de abril de 1991<sup>1</sup>. Naquele momento, o país vivia um dos momentos mais frustrantes da democracia, ao perceber, no governo então eleito democraticamente, uma rede de corrupção inigualável.

Outro recurso bastante utilizado para, sutilmente, transmitir opinião, é a escolha dos destaques (também chamados “olhos”) na diagramação de uma entrevista. Ao destacar uma frase do entrevistado, o editor

ao mesmo tempo está escolhendo o que a publicação considera importante, uma posição ideológica, por exemplo. O destaque representa, de uma forma ou de outra, o que a própria publicação deseja falar, trata-se de idéias que vêm para salientar pontos de vista da publicação.

A opinião pode aparecer através da diagramação a partir de pontos de vista diferenciados: seja pelo posicionamento político-ideológico do dono do jornal, seja através da própria função do jornalista, ou de uma reação do jornal a um poder estabelecido, como aconteceu amiúde no período da ditadura militar brasileira.

### Diagramação, Opinião e Censura

Durante a ditadura militar, a imprensa, no Brasil, foi cerceada com censura prévia.

Em 1972, por exemplo, alguns jornais, como o *Jornal da Tarde* e *O Estado de S. Paulo*, pertencentes à mesma família, mostraram sua reação à censura através da disposição da informação: no lugar dos textos vetados, foram publicadas receitas culinárias, e, posteriormente, poemas. A partir de julho de 1973, trechos de *Os Lusíadas*, de Luís de Camões, foram publicados no lugar das notícias censuradas, como foi o caso da substituição de uma notícia sobre a má fama da ditadura brasileira na Europa, censurada, por um poema de



FIGURA 1- Carta aberta do presidente da República, publicada na capa do jornal Folha de S. Paulo, em abril de 1991.

FONTE: CONTI, Mário Sérgio, 1999, p. s/n

<sup>2</sup> Mario Sérgio Conti, Notícias do Planalto: 688.

Camões (FIG. 2). Num outro momento, a direção do jornal *Folha de S. Paulo*, para protestar contra a prisão do colunista Lourenço Diafêria, publicou sua coluna em branco<sup>3</sup>.

No Rio de Janeiro, em pleno AI-5, o empresário e editor Fernando Gasparian criou o jornal *Opinião*. Reunindo uma equipe de intelectuais como Antônio Cândido, Barbosa Lima Sobrinho, Alceu Amoroso Lima, Paulo Emílio Salles Gomes, o jornal foi uma arma intelectual contra a ditadura. Do ponto de vista editorial, o *Opinião* buscou blindar-se contra a ditadura através de acordos editoriais com jornais estrangeiros progressistas, como o *Le Monde*, o *The Guardian* e o *Financial Times*. Conta-se que o censor que diariamente acompanhava a edição do jornal, irritado com as provocações à ditadura, chegou a intimidar Gasparian dentro do jornal: “Não tenho medo de cardeal, nem de *Le Monde*, nem de deputado. Se o senhor continuar desse jeito, vou dar um tiro na sua cara”<sup>4</sup>, teria dito o representante do DOPS. No dia seguinte, uma charge de página inteira, do argentino Luís Trimano, mostrava miseráveis subindo pelo corpo do ministro Delfim Netto, como formigas. Era a resposta ao censor<sup>5</sup>.

Nesta mesma época, o período mais negro do regime militar, do ponto de vista da censura, Alberto Dines, então editor-chefe do *Jornal do Brasil*, criou uma estratégia para ludibriar os censores: o noticiário informava que “ontem foi o dia dos cegos”, e a previsão meteorológica, no canto superior esquerdo da primeira página, dizia: “Tempo negro. Temperatura sufocante, o ar está irrespirável, o país está sendo varrido por fortes ventos”<sup>6</sup>. Segundo conta Elio Gaspari, toda a edição do jornal refletia um clima de regresso, absurdo. “O governo respondeu no dia seguinte. Evitou brincadeiras com o tempo, proibindo que as agências internacionais transmitissem boletins meteorológicos para o

exterior”<sup>7</sup>. Em outro momento, a revista *Veja*, ao publicar uma foto do presidente Costa e Silva no Congresso vazio, logo após a decretação do AI-5, em dezembro de 1968, foi apreendida. Uma foto que valeu por mais de mil palavras.

Na década de 40, a revista *O Cruzeiro* fez uma verdadeira revolução no uso da imagem fotográfica, quando o fotógrafo Jean Manzon implantou uma nova linguagem visual, na qual as fotos, vibrantes, eram de tal forma carregadas de dramaticidade, que adquiriam um viés opinativo<sup>8</sup>.

Muitas vezes, a fotografia é usada para dizer em imagem o que não pode ser dito em palavras. A fotografia, por sua natureza, segundo um dos maiores fotógrafos brasileiros,



FIGURA 2 - Poema de Camões é publicado no lugar de figura censurada pelo governo militar  
FONTE - GASPARI, Élio, 2003, s/n

<sup>3</sup> ABRAMO, 1993: 90

<sup>4</sup> Cf. CARDOSO, in “O homem que disse não ao não”, jornal Valor, 2006

<sup>5</sup> Id., ib

<sup>6</sup> VENTURA, apud GASPARI, 2003:213

<sup>7</sup> Gaspari, Elio, *A ditadura escancarada*:213

<sup>8</sup> A Revista no Brasil: 95

José Medeiros, expressa um posicionamento. Ele diz que “uma reportagem fotográfica é uma operação conjunta de olhos, coração e inteligência. Fotografamos o que vemos, e o que vemos depende do que somos”<sup>9</sup>. O fotógrafo notabilizou-se por transmitir, em suas fotos, um enfoque social.

Combinada com outros elementos da linguagem gráfica, ou mesmo colocada lado a lado com outras imagens, a fotografia pode ser muito mais significativa do que se pensa, numa primeira mirada. Veja-se, por exemplo, a matéria “Qualquer semelhança não é mera coincidência”, publicada em março de 1990, pelo jornal Folha de S. Paulo, em que o então presidente Collor é comparado ao líder fascista Benito Mussolini. Acompanhando o texto, três fotos sinalizam a opinião da matéria:

lado a lado, menores, as fotos de Collor e de Mussolini, cujos olhares, similares, fazem desde logo uma aproximação entre ambos. Logo abaixo, uma foto maior mostra Collor em uma manifestação de rua, com o punho levantado (FIG. 3).

### Ilustração, charge e opinião

Como uma “imagem que acompanha o texto”, a ilustração faz o diálogo entre duas linguagens: verbal e visual. No percurso visual pela página impressa, a fotografia, o título da matéria e a ilustração desempenham o papel de convite e condução do leitor ao texto verbal, como afirma Guinaldo (2006). Mas a natureza do vínculo entre imagem e texto é uma decisão do ilustrador, que pode acompanhar, ou não, a opinião do articulista, como observa Orlando Pedroso, ilustrador do jornal Folha de S. Paulo, *apud* Guinaldo (2006):

(...) eu procuro ter uma certa distância, onde eu dê o meu recado, independente da opinião do cara. São truques que você usa quando não concorda com o texto e ao mesmo tempo você não dá o aval ao que ele está falando. Sem ofender. (GUARALDO, 2006: 8).

Ao referir-se ao conteúdo do texto ilustrado, a função da ilustração será ampliada. Para Guinaldo (2006), a relação entre imagem e texto faz com que o ilustrador tenha uma função de co-autoria:



FIGURA 3 – Matéria comparando Collor a Mussolini, na Folha de S. Paulo, faz uso da diagramação para ressaltar seu ponto de vista. FONTE – CONTI, 1999, p. s/n.

<sup>9</sup> Depoimento de José Medeiros, no livro “A revista no Brasil”, 2000: 196

Nesta convivência, a natureza do vínculo da relação entre imagem e texto é de responsabilidade do ilustrador. Cabe a ele a maior visibilidade em relação ao tema em pauta, a forma de comentá-lo a partir de escolhas de ênfase e exclusão. Ao exercer sua ‘co-autoria’ – e não a simples redundância –, o ilustrador enriquece a leitura, montando um jogo de espelhos para a reflexão do leitor (GUARALDO, 2006: 1 e 11).

Assim, em geral, uma charge expressa uma opinião. Mais uma vez, são exemplares, neste sentido, casos ocorridos durante a ditadura militar, no Brasil, como o restabelecimento da censura prévia à revista *Veja*, após esta ter publicado uma charge de Millôr Fernandes que mostrava um homem sendo torturado preso em uma cela, com a frase “nada consta”, uma clara alusão à tortura do regime militar<sup>10</sup>.

Para o chargista Nani<sup>11</sup>, o desenho, a charge, é uma terceira leitura: “Você lê o jornal, você pode ler o editorial, as colunas e, de repente, você vê a charge que traz uma opinião às vezes até contrária, é uma terceira leitura daquele mesmo assunto” (NANI, 2002).

### A cor informa (e mostra opinião)

Os atentados de 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos, foram seguidos de ampla cobertura da mídia por vários meses. Simbólico, o tema do terrorismo se presta a muitas interpretações, nas quais a cor é elemento-chave. Num primeiro momento, logo após os atentados, a cobertura jornalística mostrou predileção pela cor preta e pela cor vermelha. “Naquele momento, eram as cores que melhor podiam representar as idéias de terror e violência/destruição” (GUIMARÃES, 2003, p. 43). No desdobramento dos atentados, a mídia procurou informar e conhecer melhor o mundo islâmico utilizando o verde

como uma nova cor-informação, mas foi na combinação destas cores que ela mostrou seu posicionamento, como se percebe na postura da revista *Veja* analisada por Guimarães. Na sua cobertura, *Veja* substituiu o verde como melhor representação do islamismo pela combinação preto-vermelho, configurando assim o mundo islâmico como extensão do terrorismo (GUIMARÃES, 2003: 49). Este é um exemplo, segundo o autor, de como a composição gráfica de uma página, e em especial o uso da cor, incorpora outros valores à informação considerada principal (o texto).

A ausência total de cor também pode adquirir significado, como ficou estampado na capa da edição do *Jornal da Tarde*, de 26 de abril de 1984, o dia seguinte à votação – e rejeição – da emenda Dante de Oliveira, que propunha a realização de eleições diretas para presidente do Brasil. O jornal trouxe apenas uma grande mancha preta, ocupando toda a capa, com apenas uma legenda, que dizia: “O País inteiro está decepcionado. Mas há um caminho: a negociação (...)”<sup>12</sup> (FIG. 4). Aqui,

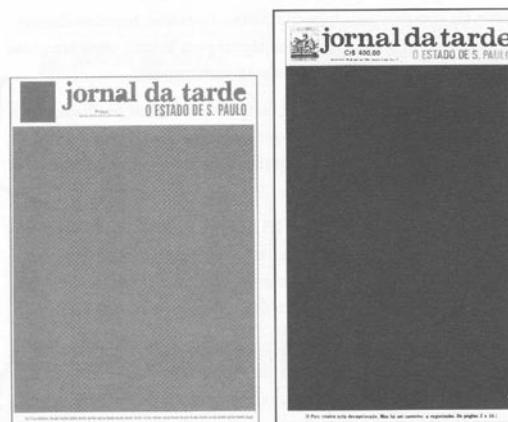


FIGURA 4 – capa do Jornal da Tarde: luto pela rejeição da Emenda Dante de Oliveira.  
FONTE: Ferreira Júnior, 2002: 98.

<sup>10</sup> GASPARI, 2003: 397.

<sup>11</sup> Entrevista para Memória da imprensa carioca, 2002.

<sup>12</sup> Ferreira Júnior 2002: 99.

a ausência de cor, na forma do preto, aliada a uma legenda que expressa um posicionamento, exemplifica como a simples disposição de elementos gráficos podem transmitir a opinião do jornal. No dizer de Fernando Mitre, citado por Ferreira Júnior (2002), tratava-se de expressar o sentimento da nação, o sentimento de luto: “... aquilo expressou de uma maneira autêntica, legítima e com grande poder de comunicação, o estado de espírito do povo brasileiro naquele dia”.<sup>13</sup>

### Opinião na capa

Além de capas-cartazes, o *design* de capas em geral também expressa uma opinião por si só. Isso é ainda mais visível em revistas semanais, nas quais o conjunto de ilustração/foto, título, uso da cor, dentre outros elementos, fornece o posicionamento do veículo.

O *Correio Braziliense* e o *Jornal da Tarde*, como mostra o estudo de Ferreira Júnior

(2002), desenvolveram a capa-cartaz, onde a notícia se encontrava com a estética do anúncio publicitário. Isso acontece a partir da década de 90, quando a cor (policromia) instaura-se nos jornais no Brasil.

Capas históricas mostram a utilização dos elementos gráficos para transmitir um posicionamento, como as da revista *Veja*, especialmente aquelas publicadas durante a ditadura militar. Foi num destes lances editoriais que ocorreu uma das apreensões da revista, em dezembro de 1969, quando a capa ocupa sua quase totalidade com uma gravura que mostrava tortura, levando apenas uma palavra: “Torturas” (FIG. 5).

Mais recentemente, uma capa criada para a revista *Trip*, através de um *design* que extrapola os próprios limites do papel, mostra o quanto a ousadia no *design* reforça a opinião do veículo. Destaca-se neste design um furo semelhante ao de uma bala de revólver, ao lado do título “Porque você deve optar pelo desarmamento” (FIG. 6).



FIGURA 5 – Capa da revista *Veja*, apreendida pela censura, em dezembro de 1969.  
FONTE: A revista no Brasil, 2000: 58.



FIGURA 6 – capa da revista *Trip*  
FONTE: TRIP

<sup>13</sup> Fernando Mitre, apud Ferreira Júnior (2002: 99-100).

ao limite, e interfere em grande parte da publicação, uma vez que várias páginas internas também são “furadas” pela “bala”. Um exagero do *design* que expressa a opinião da revista sobre o polêmico tema da liberação do comércio de armas no Brasil.

Outras capas demonstram opinião através do uso de fotos e títulos, como a capa da revista *Isto É*, de julho de 1992, que mostrava uma foto do motorista Eriberto, que transportou dinheiro ilegal para a casa do presidente Fernando Collor. No título, um chamado à honestidade e ao patriotismo: “Eriberto, um Brasileiro” (FIG. 7). Esta e outras capas de outras revistas semanais deram um impulso ao *impeachment* do presidente Collor.

### Conclusão

Indissociáveis, conteúdo e forma expressam significado, nas artes, no *design* e também no jornalismo. Este artigo procurou levantar alguns momentos, na história do jornalismo, em que a opinião foi expressa através da diagramação. Em muitos casos, a opinião vai além do texto, e é expressa através da elaboração formal

da página impressa. Estratégias utilizadas na diagramação podem ressaltar um posicionamento, fortalecendo a linha editorial da publicação, ou ainda, manifestando-se contra o poder estabelecido, como foi o caso da relação entre imprensa e censura durante o regime militar no Brasil.

### Sobre a autora

mação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, e doutora em Comunicação e Semiótica pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.



FIGURA 7 – Capa da revista *Isto É*, com um chamado à honestidade e ao patriotismo.

FONTE: A revista no Brasil, p. 61.

## **Bibliografia**

ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo**. 3ª reimpressão. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

CONTI, Mário Sérgio. **Notícias do Planalto. A imprensa e Fernando Collor**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FERREIRA JÚNIOR, José. **Capas de Jornal. A primeira imagem e o espaço gráfico visual**. São Paulo: Ed. Senac, 2002;

GASPARI, Elio. **A ditadura derrotada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

GUARALDO, Lais. “A Ilustração Jornalística”. In: **Unirevista**, v. 1, n. 3, Julho de 2006.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia. A or-**

**ganização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2003.

RABAÇA, Carlos A. e BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de Comunicação**. 2ª. ed. revista e atualizada. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2001.

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

**A Revista no Brasil**. São Paulo: Editora Abril, 2000.

CARDOSO, Tom. O Homem que disse “Não ao Não”. **Eu e Valor, Fim-de-semana**, 13 a 15 de out. 2006. Ano 7, n.316.

Entrevista com o chargista Nani - Memória da Imprensa Carioca - <http://www2.uerj.br/cte/download/nani.pdf>