

---

## Dimensão política da imagem no jornalismo brasileiro e espanhol

### *The political dimension of the images on journalism in brazil and spain*

LUCIANO GUIMARÃES<sup>1</sup>

---

**Resumo:** Este artigo pretende investigar as três dimensões (Prática, Ensino e Pesquisa) que determinam o estado do jornalismo visual hoje a partir das experiências na Espanha e no Brasil. Como uma das prerrogativas da abordagem é a de empreender uma forte busca pelo entendimento da dimensão política da imagem para ir além do atual estágio de amadurecimento técnico e de linguagem do jornalismo visual, o presente estudo recorta a cobertura dos noticiários políticos para aprofundar questões que envolvem a ética profissional, evidenciando intenções, estratégias e/ou falhas na prática ou no ensino do jornalismo visual. Pretende trazer uma significativa contribuição para a minha busca na elaboração, organização e descrição da base epistemológica de sustentação do Jornalismo Visual dentro do campo da Comunicação, a partir do interesse central na investigação das estratégias de produção discursiva com ênfase no produto jornalístico de forte apelo visual.

**Palavras-Chave:** Jornalismo Visual. Imagem. Jornalismo Político.

**Abstract:** This paper aims to investigate the three dimensions (Practice, Teaching and Research) encompassing visual journalism today derived from experiences in Spain and Brazil. Since one of the prerequisites of this approach is to take an empowering step towards understanding the political realm of the image to go beyond the current stage of technical maturity and language of visual journalism, this study seeks to investigate the coverage of political news to deepen our understanding of issues involving professional ethics, therefore revealing the intentions, strategies and/or failures behind the practice or teaching of visual journalism. Furthermore, this study aims to make a significant contribution to my quest in the preparation, organization and description of epistemological support for Visual Journalism within the field of Communications, stemming from my central interest in investigating discursive production strategies with a focus on journalistic product with a strong visual appeal.

**Keywords:** Visual Journalism. Images. Political Journalism.

---

1. Doutor em Comunicação e Semiótica e Livre-docente em Jornalismo Visual. Docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). lucianoguimaraes@usp.br.

## INTRODUÇÃO

**C**ONSIDERANDO-SE QUE o Jornalismo Visual é a integração do material jornalístico verbal com imagens (tipografia, fotografia, ilustrações, videografias etc.) e uma organização espácio-temporal ditada pelo design gráfico de um conjunto signifi-  
cante espacialmente delimitado pelo suporte de determinada mídia, podemos afirmar que na base de cada alteração no Jornalismo Visual sempre esteve alguma relação entre a tradição da escrita e a tradição das imagens.

De forma geral, as teorias da imagem compreendem tipologias ou classificações, normas e regras, e uma certa problematização acerca dos usos e funções das imagens e um pouco sobre a natureza das imagens (uma dimensão ontológica). Algumas propõem também um roteiro para análise de imagens, às vezes incluindo um estudo de caso ou uma análise-exemplo. Proponho como outra possibilidade da investigação no Jornalismo Visual uma reflexão crítica que coloque a imagem como elemento fundamental na constituição da informação jornalística veiculada.

É conhecido que a notícia impressa, televisual ou on-line não se restringe somente à elaboração do texto com apoio visual; de que, ao contrário, muitas vezes o projeto gráfico, o fotográfico e o videográfico têm participação determinante na construção da notícia. No entanto, só não é maior o crescimento do número de jornalistas que assumem o comando das editorias de arte porque os cursos de Jornalismo ainda se apegam em demasia à ideia de que um jornalista é um profissional do texto (escrito ou oral), ignorando que a necessidade de domínios e habilidades se multiplicaram na mesma proporção em que as mídias se desdobraram e/ou se convergiram. E que as disciplinas que tratam dessa dimensão visual não podem ficar desconectadas das demais, ou com um complemento à formação do jornalista apenas instrumental.

Cada vez mais, haverá a possibilidade de que a edição de imagens incorpore outros valores às notícias sob seu domínio, algumas vezes de forma positiva, outras provocando distorções na informação veiculada. E então até mesmo este domínio será questionado. Um problema para o ensino do Jornalismo Visual é quando ao lado do “como fazer” não há uma clara exposição dos impactos do que foi construído, e há uma desconexão evidente entre a habilidade prática e os postulados da ética e da deontologia do Jornalismo.

Assim, é possível pensar uma delimitação do Jornalismo Visual a partir das três distintas dimensões fortemente relacionadas entre si: a prática profissional (como uma das atividades profissionais que pode/deve ser desempenhada por jornalistas designers ou designers jornalistas), o ensino (como disciplina dos cursos de Jornalismo) e a pesquisa (como especialidade e objeto da pesquisa em Comunicação). No contexto da cultura da imagem, da crise da visibilidade, da saturação das imagens e da economia dos sinais levada a cabo pela sociedade midiaticizada atual, esta proposta insere a produção de sentido no Jornalismo Visual dentro do leque de possibilidades de investigação e reconhece a comunicação e a cultura como indissociáveis, de forma que a produção de sentido em Jornalismo Visual é resultado dos processos culturais de geração, armazenamento e resgate da memória sociocultural e/ou tecnológica, e estratégias da transmissão da informação mediaticizada. E proponho que seja uma possibilidade para que os cursos de Jornalismo comecem a cuidar do Jornalismo Visual a partir de uma dimensão política da imagem.

## **A DIMENSÃO POLÍTICA DO JORNALISMO VISUAL**

Como abordo as três dimensões (atividade profissional, ensino e pesquisa), tenho proposto um alargamento do conceito de Jornalismo Visual para toda a produção midiática em que a imagem não seja relegada a um papel meramente ilustrativo ou estético e, portanto, que dependa de uma produção com respeito aos princípios do Jornalismo.

Na contramão da necessidade de novos domínios de novas técnicas e novas linguagens no Jornalismo contemporâneo multimidiático, os cursos de Jornalismo ainda atraem muito mais aqueles alunos que tem predileção pela produção textual e reportagem do que os que têm um adequado repertório cultural com as imagens. Mas cada vez mais haverá a possibilidade de que a edição de imagens (em todos os níveis) incorpore outros valores às notícias sob seu domínio, algumas vezes de forma positiva, outras provocando distorções na informação veiculada. E então até mesmo este domínio será questionado.

Ainda temos, é verdade, que formar bons jornalistas habilitados para lidar com o universo das imagens e seu potencial informativo. Também é responsabilidade dos professores e pesquisadores promover essa habilidade da forma mais consistente possível, pesquisando e desenvolvendo novos métodos de construção da informação. Para isso, às vezes, é preciso recorrer à simples descrição “de como se faz.” O problema é quando ao lado do “como fazer” não há uma clara exposição dos impactos do que foi construído, e há uma desconexão evidente entre a habilidade prática e os postulados da ética e da deontologia do Jornalismo. No jogo das intenções, o desconhecimento chega a ser irresponsável.

Quando proponho alargar a compreensão do Jornalismo Visual para além da página impressa, é porque estamos vislumbrando uma técnica com alterações cada vez mais velozes e que o ensino não mais dá conta dentro de uma ou outra disciplina básica em um curso de graduação em Jornalismo, sem apoio das teorias da imagem, das teorias da mídia, da história da arte, dos estudos culturalistas etc. A questão passa a ser o alargamento do repertório e o alargamento dos objetos do Jornalismo Visual para fazer de cada jornalista não mais um “ser do texto”, mas um jornalista de domínio dos múltiplos códigos da comunicação que possa adequar-se com facilidade a cada mídia (com seus distintos suportes ou meios). Há de ser um jornalista que domine as estratégias e intenções no uso das imagem e que faça isso conscientemente e sabendo que deixará o leitor, o telespectador, o internauta em terreno seguro diante da informação.

## **A CONTRIBUIÇÃO DO JORNALISMO VISUAL NA FORMAÇÃO DE JORNALISTAS, CONSIDERANDO OS CURSOS DE ENSINO SUPERIOR NO BRASIL E NA ESPANHA**

Ao observar o ensino de Jornalismo no Brasil, pode-se perceber que o Jornalismo Visual é tratado marginalmente como uma prática instrumental em oficinas ou laboratórios informatizados visando as habilidades para a confecção de leiautes e protótipos de periódicos (jornais e revistas), desconectando forma e conteúdo. Poucas disciplinas têm desdobramento específico; ficam restritas a uma disciplina básica em toda a grade curricular. E praticamente não há disciplinas complementares e de aprofundamento como Infografia, comum na Espanha, por exemplo. Também há pouca participação de teorias da imagem e outras de repertório visual complementar.

A educação de nível superior na Espanha está ainda se adequando às diretrizes do Espaço Europeu de Educação Superior (EEES) (ver [www.eees.es](http://www.eees.es)), que por sua vez atende ao acordado em 1999 por diversos países da Europa na Declaração de Bolonha (e que iniciou o Processo de Bolonha). As carreiras de graduação oferecidas pelas universidades espanholas, incluindo portanto os cursos de graduação em Jornalismo, já cumprem ao menos formalmente os princípios traçados pelo EEES (que determinou o ano de 2010 como limite para sua plena implantação) e são supervisionadas pelo Ministério da Educação do Governo da Espanha. Embora tais princípios uniformizem as universidades quanto ao sistema de créditos (ECTS) e titulações, favoreçam a mobilidade estudantil e docente, incentivem a cooperação interinstitucional e permitem maior liberdade para a organização curricular, investigação e ensino, podemos notar que os cursos de jornalismo na Espanha ainda não se descolaram da estrutura anterior (da reforma de 1991 do Ministério da Educação). Isso, como pretendo demonstrar, tem aspectos positivos e negativos para o ensino do Jornalismo Visual.

Durante a ditadura do General Francisco Franco (que durou de 1939 a 1976), vigoraram consecutivamente duas Leis de Imprensa. A primeira foi promulgada em 1938 ainda durante a Guerra Civil. Teve como marcas a censura aplicada pelo Servicio Nacional de Prensa, a nomeação dos diretores dos órgãos de imprensa pelo Ministério do Interior e o Registro Oficial de Periodistas. Não por acaso, foi nesse período que surgiram as primeiros escolas de jornalismo na Espanha (Escuela Oficial de Periodismo de Madri, Escola de Periodismo de Barcelona e a Universidade de Navarra, ligada à Opus Dei). A segunda Lei de Imprensa (Ley de Prensa e Imprenta de 1966), seguido pelo Estatuto da Profissão Jornalística, afrouxou um pouco o controle, porém mantendo o limite a liberdade de expressão e obrigando o jornalismo (empresas e jornalistas) a respeitar os princípios franquistas. Com a morte de Franco, e o país já em período democrático, um decreto-lei real em 1977 liberou o jornalismo das amarras do franquismo e regulou “a cláusula de consciência dos profissionais de informação”, garantindo a independência do jornalista no desempenho de sua profissão. Entre essas duas “leis”, surgiram quase todos os principais cursos de Jornalismo do país.

Essa relação entre controle do poder político sobre o jornalismo e a criação dos cursos de Jornalismo determinou a estrutura dos cursos de forma muito semelhante (estrutura curricular mínima obrigatória) ao que ocorreu no Brasil com as diretrizes curriculares de 1969 e 1984. E em ambos os casos o Jornalismo Visual não consegue se desvincular dessa formatação disciplinar que separa conhecimentos e enxerga teoria e prática como instâncias diferentes do ensino. Tanto que a forma mais imediata e eficiente de se mensurar a presença de alguma área ou conhecimento específico na formação do jornalista é identificando nas grades curriculares as disciplinas responsáveis por esse “fragmento”.

As disciplinas que abordam a edição gráfica no Jornalismo estão presentes desde a criação dos primeiros cursos de Jornalismo no Brasil e na Espanha, e é possível supor três fases bastantes distintas no ensino do Jornalismo Visual, conformadas aos aspectos de formação e regulamentação dos cursos e do exercício da profissão e desenvolvimento tecnológico.



A primeira, presente no início das escolas de Jornalismo, corresponde a uma fase em que o jornalista está ainda muito próximo das artes letradas e a edição gráfica ocupa um outro ambiente, pois a tecnologia para composição gráfica de páginas era muito ruidosa, com máquinas de linotipia operando uma série de procedimentos mecânicos desde a datilografia em um teclado de metal, o desclocamento de matrizes de tipos em canaletas, a ação da alavanca que leva a linha composta por matrizes de ferro até uma caldeira de chumbo e da que retira a linha composta já endurecida. Jornalista da redação e gráfico na oficina mantêm-se afastados e as questões gráficas ficam à margem das preocupações no ensino de Jornalismo. Vale lembrar que antes do estabelecimento da linotipia como principal sistema de composição, a composição manual do texto em tipos móveis e a “amarracão” das páginas era muitas vezes feita pelo próprio jornalista e redator, a fim de otimizar o tempo, principalmente em diários de pequeno porte e folhetins.

A segunda fase, que corresponde aos quase quarenta anos seguintes após a Segunda Guerra Mundial, tem como característica a incorporação do planejamento gráfico nas redações e conseqüentemente no ensino de Jornalismo. As revistas noticiosas, especializadas e de variedades ocupam fatia do mercado de Jornalismo e, com isso, os cursos de graduação em Jornalismo passam a dar mais atenção à linguagem gráfica e a incorporar a rotina de produção gráfica em disciplinas específicas. O diagramador e o editor de arte passam a fazer a intermediação entre a redação, o fotojornalismo e as oficinas, que por sua vez já separam as ruidosas oficinas e suas rotativas de impressão de todos os processos de produção de páginas – agora em pranchetas, estúdios, laboratórios, com a geração de originais de imagens e texto em processo fotográfico (fotomecânica e fotocomposição). O aluno de Jornalismo passava a ter como uma das habilidades o planejamento dos espaços da notícia e desenho de páginas e certo domínio sobre a apresentação do produto jornalístico. A integração texto e arte se tornou parte da proposta do Jornalismo, embora profissionalmente o editor de arte ocupasse espaço privilegiado em relação aos profissionais de “diagramação”, vistos como uma sub-categoria da profissão, não necessariamente com formação em nível superior, muito menos em Jornalismo.

A terceira fase, atual, começa na década de 1980 com a informatização das redações e a inserção dos programas gráficos e *desktop publishing* nas editorias de arte e solidificam-se posteriormente (anos 1990) com o surgimento das mídias digitais online. Com isso, o profissional de imagem que pensava no planejamento do espaço passou a também desenhar a informação. Paradoxalmente, nessa fase o jornalista passa a perder espaço para o artista gráfico (nas mídias impressas) e para o webdesigner e o programador (nas mídias digitais). O pioneirismo inicialmente está em território americano: são considerados marcos o surgimento de um jornalismo diário bastante pautado na imagem como o *USA Today*, em 1982, influenciando o redesenho de jornais no mundo todo, o desenvolvimento de equipamentos Macintosh (1984) e a Guerra do Golfo (1991). Essa guerra colocou definitivamente em cena a infografia como recurso de narrativa visual e promoveu um novo tipo de profissional da imagem, integrando o perfil do jornalista e o do designer.

Tomando esse breve contexto, de forma geral os cursos de Jornalismo Jornalismo Visual mantêm-se com o perfil da segunda fase (formando um jornalista com algum conhecimento no planejamento dos espaços e dos elementos que configuram a linguagem visual: composição, diagrama, tipografia, cores, imagens). Uma pequena parte do

conteúdo programático atende ao perfil desenhado na terceira fase, geralmente com alguma atenção para o design da notícia no final da disciplina responsável pela compreensão geral da edição gráfica. E o aluno dentro do perfil da terceira fase é foco nas disciplinas optativas mais avançadas ou de conteúdos específicos (como as que tratam de infografia). Mas isso é pouco.

E no que se refere à pesquisa, o que podemos notar é que há três focos diferentes nos estudos de Jornalismo Visual: um primeiro com abordagem histórica do desenvolvimento da tecnologia ou de determinado periódico (evolução, tendências); um segundo que aborda de forma geral alguma característica ou elemento do jornalismo gráfico (cores, tipografia, infografia), e um terceiro que se volta para estudo da linguagem gráfica incluindo estudo de caso. Em nenhuma dessas teses há uma efetiva aproximação do Jornalismo Visual ou desenho jornalístico com as Teorias do Jornalismo, Teorias da Comunicação, Ética e Deontologia Jornalística, ou mesmo com a Teoria Crítica que marca presença em alguns dos cursos de Jornalismo.

### **AMOSTRAGEM: ALGUNS EXEMPLOS DAS ANÁLISES REALIZADAS À LUZ DA PROPOSTA DE PRINCÍPIOS PARA UMA POLÍTICA DA IMAGEM NO JORNALISMO VISUAL**

Durante três meses como professor visitante da Universidad de Sevilla (dezembro de 2013 a fevereiro de 2014), não só analisei o ensino de jornalismo visual nos cursos de jornalismo da Espanha como também os principais jornais e telejornais, principalmente no que se refere ao noticiário político. Acompanhei os noticiários dos principais canais de televisão – Canal Sur (local), TVE-1, La 2, Antena 3, Cuatro, Telecinco, la Sexta – em seus programas no início da manhã ou final do dia, sem no entanto identificar nenhuma produção visual relevante no apoio ou direcionamento das notícias como costumadamente faz as emissoras brasileiras por meio de gráficos e videografia. Serviu, no entanto, para manter-me em condições de perceber a participação do jornalismo visual nas edições impressas e digitais dos principais periódicos.

Mantive a atenção em alguns jornais, selecionando as edições em que o jornalismo visual atuava nas notícias políticas, algumas vezes em notícias esportivas ou de cotidiano que na Espanha com frequência têm interferência de questões políticas, principalmente quando se trata de identidade regional (de determinadas comunidades autônomas) ou de soberania nacional e até mesmo de um crescente descontentamento com a monarquia.

*El País*, *La Razón* (edición de Sevilla), *Viva Sevilla*, *El Correo* (de Andalucía), *El Mundo* (ed. Andalucía e ed. Nacional/Madrid), *ABC* (ed. de Sevilla), *La Vanguardia*, *Marca*, *AS*, *20 minutos*, e a revista *Tiempo* foram os títulos acompanhados.

Tanto o jornalismo político quanto o jornalismo econômico ocupam os espaços mais nobres (incluindo as capas) das edições. E são eles que solicitam mais o desenho de gráficos, infográficos e alguns tipos específicos de imagens como charges, caricaturas e fotomontagens. As edições digitais (para desktop, tablets ou smartphones) ainda utilizam as reproduções (em formato pdf ou jpg) das imagens originalmente produzidas para a edição impressa. Portanto, visto que na versão impressa as imagens estão no contexto adequado do design da página, interagindo com o espaço das matérias e criando outras correlações e leitura integrada, priorizei o registro das edições impressas.

O design de periódicos na Espanha tem merecido destaque e logo abaixo da produção norte-americana tem reconhecimento incluindo constantes prêmios anuais do encontro da SND (Society for News Design) e Malofiej (o principal premiação da infografia no mundo). O design de *El País* feito por Reinhard Gäde, por exemplo, promoveu os formatos menores como tablóide e berliner como opções para jornais diários, influenciando o design de jornais do mundo todo. Antes da aposta por um design sóbrio em tablóide, esse formato era comumente associado a jornais sensacionalistas.

Uma das observações que merecem atenção para uma contribuir para a crítica do design de notícias no Brasil é a de que alguns dos jornais espanhóis, independentemente de suas identificações com partidos e vertentes políticas, ainda mantém um padrão visual com certos cuidados que podemos considerar éticos, embora tenha significativas excessões. E que no Brasil já se perdeu, e o regular é o desrespeito. Vejamos alguns exemplos:

*El País*: O desenho da edição impressa de *El País* tem espelhamento (ordem das editoriais na sequência de páginas) que sugere uma leitura que primeiramente informa e contextualiza o leitor (do mais amplo para o mais próximo) para depois colocá-lo diante de editoriais, opiniões e análises. Essa disposição é diferente de outros jornais espanhóis (e também dos brasileiros) e exemplifica bem como a forma de apresentação interfere na recepção e apreensão do conteúdo, visto que ter acesso às notícias antes do espaço editorial e das opiniões promove uma leitura diferente daquela obtida na ordem contrária.

Em harmonia com os efeitos produzidos pelo noticiário internacional, nacional, regional e local antes das páginas de opinião, há a escolha pelos estilos mais adequados das imagens e a forma como se dá a relação entre textos e imagens e as “duas velocidades de leitura”. Raramente há a utilização de uma imagem de evento anterior em substituição àquele noticiado, por mais semelhantes que possam ser. E quando isso ocorre, a legenda explicita tal uso. Essa forma de registrar a adequação na legenda está incorporada com naturalidade na mídia impressa espanhola, diferentemente do que em alguns casos observados na mídia televisual e principalmente em toda a mídia brasileira.

Charges, como um tipo de ilustração altamente editorializada, é um recurso praticamente ausente na cobertura internacional de *El País*, e participa pouco no noticiário nacional e regional. As tiras de Peridis (José María Pérez González) normalmente aparecem como uma ilustração complementar a algum texto com mais peso interpretativo no noticiário nacional e não foge do tema e do tom da matéria. Diferentemente do que observamos nos mais importantes jornais brasileiros, em que a charge acaba acrescentando um olhar negativo para matérias que se vestem com a aparência de isenção. Nenhuma dessas tiras explora ofensas pessoais ou calúnias como encontramos por exemplo nos jornais brasileiros. Já as páginas de opinião são compostas por imagens também opinativas como ilustrações editoriais e humor gráfico como charges políticas e de sátira social. De forma geral, *El País* parece manter um padrão responsável na utilização de imagens, mesmo que tenha uma política editorial com alinhamento político ao PSOE (Partido Socialista Obrero Español) e em oposição ao atual governo que é do PP (Partido Popular).

*El Mundo* - Embora o jornal tenha linha editorial e política conservadora, o projeto gráfico não é. Elementos gráficos, cores, imagens e uso do espaço estão dinamicamente

aplicados possibilitando uma boa agilidade e leveza na leitura. O espelho de *El Mundo* distribui suas editoriais de forma mais convencional e isso promove uma leitura bastante diferente daquela que se encontra em *El País*. Com sua disposição, os espaços diretos de opinião se dividem em dois momentos: o primeiro traz os editoriais do jornal, principalmente na página 3, e o segundo abre espaço para outras opiniões nas páginas seguintes à da editoria “España”, que é o maior espaço do jornal. O espaço reservado para notícias de temas nacionais, com mais peso para a cobertura política, é assim emoldurado por opiniões e, mais que emoldurado, é permeado em suas páginas com mais alguns espaços (colunas) de articulistas.

A edição gráfica das páginas nos principais jornais espanhóis demonstra domínio sobre a relação texto-imagem-espaço nas várias dimensões de um projeto visual (topográfica/espacial, tipográfica e iconográfica). A separação ou a aproximação física e visual ajuda na correlação e hierarquia das informações com diversos níveis e formas. Em *El Mundo*, não só todas as colunas de opinião estão identificadas com uma vinheta formada também pela imagem do articulista, mas os títulos dados por eles para seus textos são desenhados na versão itálica (inclinada) da tipografia. Esse uso tipográfico também está nos espaços opinativos de articulistas em *El País*, mas em *El Mundo* a diferença mais acentuada entre o desenho da fonte regular e sua versão itálica reforça a ideia de subjetividade, já que o traço tipográfico da fonte dos títulos (chamada Valencia) fica mais gestual e lembra mais a escrita manual, com contraste de hastes e remates bastante curvos, finos e alongados. Assim, o espaço bem delimitado e a tipografia já buscam avisar ao leitor: “aqui você está lendo uma opinião, assinada”. Ou ainda, tipograficamente já é possível perceber e diferenciar os espaços mais subjetivos daqueles que pretendem ser mais objetivos.

As primeiras páginas de “Opinión” contam invariavelmente com uma ou duas charges políticas. O que é importante destacar aqui para os objetivos dessa análise é que além dessa certa independência do humor gráfico, há adequação de seu espaço, pois não encontrei nenhuma ocorrência em qualquer outra página que não fosse nitidamente identificada como de opinião. A posição do jornal fica evidente no humor gráfico.

Independente de estarem nas matérias que tratam da cobertura local, nacional ou internacional, as imagens são moderadas, mesmo quando tratam de temas políticos e sejam editorializadas. Mas no contexto político de acordos e desacordos, alguma editorialização está presente. Devemos notar sobretudo que uma descrição simples da imagem e uma leitura interpretativa que procure também elementos simbólicos não divergem do que é tratado nos títulos ou nas matérias.

*La Vanguardia* - O design de *La Vanguardia* (do escritório WBMG, de Milton Glaser e Walter Benard, o mesmo que redesenhou o jornal *O Globo*, do Rio de Janeiro), tem linhas mais agressivas e mais impacto visual. O resultado de seu conjunto de elementos é uma leitura mais dinâmica, mais possibilidades de leitura em dupla velocidade: um movimento de afastamento e aproximação da página (em relação aos olhos do leitor) conforme figuras e tipografia se projetam para a primeira leitura e depois o texto da matéria com corpo das fontes menor exige o retorno. Essa ergonomia da leitura produz o efeito dinâmico da página também em necessidades diferentes de atenção do leitor a cada instante, impondo uma certa tensão. Tudo isso é reforçado por muitos dos títulos

que são menos autônomos em sua significação, menos informativos mas que provocam a dúvida e a curiosidade que são satisfeitas na leitura dos subtítulos acima ou abaixo dos títulos.

Nas páginas de “Opinión” há mais ilustrações que acompanham os textos sem necessariamente complementá-los do que o humor gráfico/charges. O humor gráfico, no entanto, pode participar diretamente da editoria “Política”. O espaço “Ninots” de Toni Batllori (Antoni Batllorí Obiols) é frequente. Um exemplo de posicionamento da charge que interfere diretamente na matéria: entre o título e o texto.

Se por um lado o lado gráfico de *La Vanguardia* se sobressai, as imagens políticas são bastante moderadas, quase sem editorialização, quase protocolar, mesmo quando o tema foi absolutamente de interesse catalão, como o anúncio de uma data para um referendun secessionista.

*ABC* – Nesse jornal a linha editorial (de direita, defendendo a monarquia e valores do catolicismo) e as opções políticas do jornal estão mais presentes nos textos, principalmente na entrada visual pelos títulos do que o que se pode interpretar a partir das imagens fotográficas. O texto é que define a imagem e não o contrário. Uma leitura a partir das imagens (exceto as charges, que são poucas) não permite perceber mais do que os agentes envolvidos nos acontecimentos e nas notícias, mesmo que a pauta católica seja maior do que em outros jornais. Charge política, normalmente nas páginas de “Opinião” e em espaços bem delimitados e independentes das demais opiniões.

*La Razón* - O design de páginas de *La Razón* é mais contido do que em *ABC*. Não há tanta variação e o projeto não tem tanta proximidade com o design de revistas. Títulos longos que ocupam duas ou mais linhas é comum. Alguns destaques tipográficos recebem uma segunda cor (azul composto por ciano e magenta), de forma discreta. Aspecto negativo de *La Razón* é sua produção de capas polêmicas, utilizando diversos recursos de imagem, texto ou na relação imagem-texto. Algo como tem se tornado a revista *Veja* no Brasil.

*La Razón* utiliza mais as fontes sem serifas e mantém a grafia de fontes em itálico para os textos opinativos (editoriais e articulistas), como outros jornais. A edição de páginas e de imagens não me parece interferir na leitura das matérias. São principalmente indicativas de quem é e onde está o retratado pela notícia. As ilustrações nos espaços de artigos de opinião ou análises são apenas complementares. Charges apenas abaixo do editorial principal, desenhados normalmente por Caín (que é uma dupla formada pela arte de Federico del Barrio e roteiro de Felipe Hernández Cava). As charges de Caín não são agressivas; bem desenhadas, são sobretudo de um humor rebuscado.

**O jornalismo televisual espanhol** – A intenção de acompanhar e abordar aqui o noticiário da televisão espanhola é apenas complementar alguns aspectos do Jornalismo Visual no comportamento das práticas nos meios impressos e digitais e observar algo diferente do praticado no Brasil. Quando se fala em Jornalismo Visual, habitualmente está-se tratando do design gráfico aplicado ao jornalismo impresso ou ao jornalismo digital online. Mas na televisão ele também participa na composição da notícia, ainda que de forma secundária em relação à própria reportagem e à edição de imagens. Isso ocorre principalmente na videografia que produz vinhetas, gráficos, infográficos e grafismos diversos, com ou sem texto, para apoiar a construção das notícias (organização

paradigmática e valores simbólicos) e são vinculados à cenografia, à identidade visual e às linhas editorial e política do telejornal ou da emissora. Com a televisão digital e desenvolvimento de novos recursos computacionais, tem aumentado consideravelmente a presença do design gráfico no telejornalismo espanhol.

A composição visual pode ser estruturada no telejornalismo em três principais instâncias: Identidade visual, organização do espaço-tempo e desenho da notícia.

Todos os elementos gráficos (e videográficos) e cenográficos que tenham como principal função ajudar o telespectador a reconhecer a emissora formam a *identidade visual*. O cenário (desenho do espaço, mobília, iluminação em harmonia com o jogo de posicionamento de câmeras e enquadramentos), os logos (marcas e logomarcas), as vinhetas de abertura e as de passagem (entre blocos ou na saída e retorno de inserções comerciais), as cores, formas, tipografia e a forma de se inserir as tarjas com caracteres, conhecidas como (que identificam os apresentadores, repórteres, entrevistados ou que “titulam”, “manchetam” uma matéria) são alguns desses elementos que compõem a identidade visual. Participam do conteúdo tratado pelo noticiário na medida em que trabalham com a expectativa e com o reconhecimento dos valores e estilos por parte do telespectador. Assim é que, por exemplo, evidenciam-se a diferença entre a sobriedade dos *Informativos Telecinco* e o tratamento agressivo e bem-humorado de *Al Rojo Vivo*.

A *organização do espaço-tempo* se dá no fluxo de informações e na interação entre os participantes ativos da notícia (apresentadores, comentaristas, repórteres, entrevistados), os ambientes (dentro do estúdio e *links* para reportagens externas) e as temporalidades coordenadas entre a emissão ao vivo e as inserções gravadas. Os diversos recursos gráficos são fundamentais para marcar essa interação, seja por meio de vinhetas e efeitos de transição, pela divisão da tela entre dois ambientes (normalmente entre estúdio e link externo) ou pelas tarjas com geração de caracteres, conhecidas por “arte GC”. Diferentes composições visuais são garantidas pela edição de imagens em tempo real, possibilitadas por posicionamentos de câmeras em diferentes ângulos e enquadramentos que colocam em primeiro plano os apresentadores do telejornal e em segundo plano o fundo composto pelos elementos de estrutura do cenário ou na interação com telas e videowalls.

A substituição do *Chroma Key* (recurso que inseria o sinal de imagem no fundo azul ou verde) pelas telas LED ampliaram as possibilidades de interação entre dois espaços distintos. Uma delas foi o uso da perspectiva e conseqüentemente uma alternativa ao enquadramento tradicional até então de plano médio da bancada com videografia ao fundo. Os apresentadores também se levantaram e passaram a andar pelo cenário. Não se trata apenas de criar dinamismo, ampliar o espaço e criar o instante de diálogo entre os que estão em dois espaços distintos, nem mesmo apenas de mais uma ilustração ao texto falado, que seria a dimensão estética. Trata-se sobretudo de construir ou dar visibilidade a diferentes níveis de mediação da notícia. A infografia dinâmica do *Noticias 1* (Antena 3) só se completa com a participação da apresentadora em pé e ao lado da tela, como antes só víamos nos quadros de meteorologia. A aproximação entre o apresentador no estúdio e a videografia pode produzir efeitos de imersão como em *Noticias 2* (Antena 3). E, de outra forma, o *Noticias Cuatro 20h* (Cuatro), em que o jornalista utiliza o videografismo para passo a passo desenhar a rede e o mapa da corrupção, por exemplo.

No momento em que a imagem está centrada na bancada em plano medio, a notícia agrega a credibilidade dos apresentadores. O plano americano ou plano geral dos apresentadores no cenário abrem o diálogo com as imagens externas. A tela dividida traz a simetria dos espaços, traz a notícia para o crivo do telejornal. A tela menor “assina” e marca a presença do repórter (e consequentemente do telejornal) no local do acontecimento. Estar dentro, mais próximo ou mais distante da fato noticiado ou do telespectador produz diferentes efeitos de sentido. Se não houver a conexão entre a forma de mediação pelas imagens e o que está sendo dito e como está sendo dito, a composição visual e os grafismos ficarão restritos às funções meramente estéticas e ainda podem produzir prejuízos ou queda na qualidade da informação.

É possível identificar muitas das estratégias o uso de imagens na cobertura política. As figuras públicas da política aparecem em situações bem previsíveis e que geram imagens muito semelhantes nos meios impressos e na televisão: são reuniões, pronunciamentos em coletivas, entrevistas em estúdio ou em gabinetes e momentos em que estão entrando ou saindo de prédios em que estiveram envolvidos em reuniões ou depoimentos fechados para a imprensa, normalmente percorrendo poucos metros entre a porta do carro e a porta do prédio. As entrevistas no estúdio de TV são mais raras, pois “despem” a personalidade política de toda a visualidade que poderia estar a seu favor. O contrário ocorre nas coletivas, em que os partidos políticos ou os órgãos públicos preparam o cenário com forte identificação visual. E os partidos utilizam suas cores sabendo que o efeito produzido na tela será de grande destaque e identificação imediata. PSOE (Partido Socialista Obrero Español), em vermelho, e PP (Partido Popular), em azul, representam não só a clássica oposição cromática de complementares (opostos no círculo cromático) como a política espanhola em si, tendo alternado os últimos quatro presidentes. O jornalismo televisual minimiza esse efeito, ou a aparência de discurso oficial, com a inserção de contraplanos e imagens que mostram a natureza mediada (abre o plano ou muda o ponto de vista para mostrar o trabalho dos jornalistas).

Quanto “mais gráfico” for um telejornal, mais promoverá a consciência do telespectador de que ele está diante de material editado. Por exemplo, no *24 horas Noticias* a arte GC e a segunda tela sobre as imagens de imigrantes africanos após entrarem em Ceuta evitam uma leitura mais emocional que talvez fosse a desejada na captura da imagem e na sua edição. Detalhes, como os pés descalços nesta matéria ou em outra sobre a pobreza e infância formam imagens com simbologia inserida na “realidade” mediada. O grafismo age na contramão. E por mais que possam ter cantos arredondados, as linhas retas da arte GC e das bordas que separam as divisões de telas anunciam um pensamento mais racional sobre as notícias. E a quantidade de grafismos de superfície com bordas, tarjas e caracteres aproximam mais ainda a tela da televisão de uma página impressa ou digital.

Assim, a identidade visual e todos os elementos de grafismo participam na construção da informação veiculada, assim como participam também na organização e hierarquização das informações na tela a edição sequencial que organiza o fluxo, toda a ambientação do espaço e a presença dos apresentadores, repórteres, comentaristas etc. Mas o design gráfico televisual tem também elementos de participação direta no desenho da notícia por meio de gráficos, infográficos, cartografia animada e demais artes

videográficas como as vinhetas construídas especificamente para ilustrar certas notícias.

Os gráficos na televisão são os recursos que mais se assemelham aos utilizados nos impressos, ainda que possam contar com movimento e desenvolvimento passo a passo. Composição de um parlamento, intenções de voto, porcentagens de apoio a alguma questão etc. podem ser tratados com gráficos convencionais e eventualmente apoiados em outras imagens. Mas pouca atenção tem sido dada para os efeitos de cada opção gráfica para a condução da informação.

Em períodos eleitorais, a polarização entre dois partidos políticos (como PSOE e PP na Espanha, Democratas e Republicanos nos Estados Unidos ou PT e PSDB no Brasil) podem ser representados de diversas formas nos mapas que contabilizam os votos e essas possibilidades podem corresponder a intenções políticas ou editoriais de quem as exhibe.

No noticiário político ou econômico-político, é recorrente e esperado que, se a notícia trata de alguém (positivamente ou negativamente), deverá ser a imagem dessa pessoa a figurar na imagem frisada nas telas de fundo. E essa imagem não fica destituída de outros valores incorporados já que, mesmo que o instante que servirá para ilustrar não tenha nenhum tratamento gráfico suplementar, qualquer instante é um fragmento que isola uma expressão e que será lida sob influência do que é relatado na notícia. Ao contrário dos meios impressos em que não há perfeita simultaneidade entre imagem e texto, a imagem na televisão pode ser vista ao mesmo tempo da recepção do texto falado. E isso faz diferença.

De toda a visualidade dos telejornais, é a editorialização dessas imagens de fundo e a interação dos jornalistas que evidenciam mais o jogo político com as intenções do projeto editorial e linhas políticas dos programas e das emissoras. Temas como corrupção podem receber tratamento gráfico mais agressivo dependendo da linha editorial do programa. Quanto mais opinativo e interpretativo for, mais intervenções gráficas. O que podemos observar, no entanto, é que embora muito menos gráfico que o espanhol, o telejornalismo brasileiro incorpora mais valores negativos às notícias políticas em sua videografia e distorce seus gráficos como estratégias para validar suas “convicções” políticas.

## **PROPOSTA DE PRINCÍPIOS PARA UMA POLÍTICA DA IMAGEM NO JORNALISMO VISUAL**

Quando abordamos a produção de imagens e de composições gráficas no Jornalismo, nos colocamos diante de uma prática que permite e até deseja maior participação de processos criativos. A liberdade criativa, no entanto, está na contramão dos valores que pautaram a objetividade desejada para a prática do Jornalismo desde que o positivismo separou no Jornalismo o fato da representação e o texto factual do opinativo e do interpretativo. Por mais que os conceitos sobre verdade, objetividade, imparcialidade, representação tenham sido construídos e desconstruídos por estudos de Jornalismo e de Comunicação, assim como as práticas se alteraram ao longo do tempo, as diretrizes que pautam a ética e a deontologia do Jornalismo ainda mantém os lastros em boa parte desses pilares conceituais. Os próprios produtos do Jornalismo são vendidos e legitimados com aderência a esses pilares, principalmente “verdade”, “objetividade” e “imparcialidade”, ainda que muitos tenham conseguido se descolar da imparcialidade como princípio sem comprometer sua imagem de retidão junto aos leitores/espectadores. E a



imagem é o ponto de instabilidade na vibração dessa frequência positivista, justamente por sua liberdade criativa, por vezes polissêmica. O texto escrito solicita mais rigor ou tem mais mecanismos de controle social enquanto a imagem e a composição gráfica da informação se conformam na percepção estética superficial e na “liberdade criativa” que camuflam as intenções na composição e os valores incorporados na totalidade daquilo que se deseja comunicar.

Nos produtos da comunicação jornalística, convivem uma série de expressões gráficas com participações muito distintas. Uma imagem fotográfica atua em uma lógica diferente do gráfico ou do desenho tipográfico, por exemplo. Podemos desenhar de forma mais complexa e totalizante uma página ou uma tela com determinada notícia, onde a disposição espacial e a presença de espaços vazios podem ser significantes, assim como cada elemento isolado pode ter ou não força no direcionamento ou produção de sentido no ato de leitura. Enquanto uma ilustração é reconhecida pelo leitor como uma expressão da subjetividade de seu autor, um gráfico é tido como altamente objetivo, imparcial e fidedigno como representação dos dados de determinada fonte (esta sim, por vezes questionada). A ilustração, no entanto, com todo seu status de liberdade pode ser correto na transparência do que pretende informar enquanto o gráfico pode ter um desenho que na sua representação e relações entre elementos (cores, proporções, estilo, tipografia, destaques, recorte, enquadramento) altere substancialmente o conteúdo original dos dados da fonte original. Por sua vez, a imagem fotográfica transitará tanto entre a expressão estética e a representação de um fato ou acontecimento, e com diversos níveis de reconhecimento por parte daquele que a vê no contexto da página desenhada. No jogo entre imagem e texto, há diversas possibilidades de composição e de leitura, mantendo autonomia na significação de cada elemento ou não.

Assim, o Jornalismo Visual constitui-se na maior expressão da impossibilidade da objetividade no jornalismo, pois apesar de todo e qualquer esforço de construir formatos objetivos de produção da notícia, mesmo nos gêneros mais factuais, o Jornalismo Visual pode sempre ser o gênero complementar que hierarquiza, predetermina a leitura, antecipa-se ao texto e dispara repertórios e outras imagens endógenas, configura a leitura do texto e até mesmo pode fragilizar sua credibilidade.

Não há o que fragilize mais o Jornalismo Visual do que o não reconhecimento de que o design gráfico (com suas cores, tipografia, grafismos e ilustrações), o humor gráfico (com suas charges, caricaturas e tiras) e a visualização de dados e infografia (com seus gráficos, mapas e narrativas visuais) também desenham as informações jornalísticas, embora nem mesmo possam ser designadas como “de” jornalismo. Um ilustrador, um chargista, um caricaturista, um cartografista, videografista, designer não são necessariamente jornalistas. Aliás, quase nunca são. Mas um editor de arte, um fotojornalista e um infografista podem não ser, mas cada vez mais são. Ou seja, as decisões sobre o uso de imagens no jornalismo são decisões que partem do jornalismo, e aí faz todo sentido se falar em Jornalismo Visual. E se é jornalismo, entra em jogo todas as questões sobre o direito à informação (de qualidade) e a liberdade de expressão.

Essa é a dimensão política do Jornalismo Visual que podemos encontrar na produção midiática, que todavia não é plenamente consciente em todos os agentes envolvidos nos processos de produção da notícia, assim como está negligenciada na formação de

novos jornalistas. Há um distanciamento que parece ser naturalmente constituído nas universidades entre a formação de habilidades para o desenvolvimento de uma prática jornalística (com suas disciplinas específicas) e os conteúdos que se voltam para formar um jornalista com boa formação política, ética e humanista de forma geral. Na prática profissional, encontramos a dimensão política por vezes sendo considerada (servindo tanto para a construção de um Jornalismo correto em seus princípios de ser objeto de interesse público) e por vezes negligenciada (não explorando o potencial de expressão do Jornalismo Visual ou até podendo gerar problemas comunicacionais). Não posso deixar de apontar que o Jornalismo que vem sendo praticado atende a interesses comerciais e políticos sobrepujando o interesse público. Grandes corporações centralizam a circulação de informação, seja diretamente por meio de seus produtos midiáticos como pautando a circulação livre em redes sociais.

Colocando em termos de necessidade de programas de ensino que articulem as disciplinas responsáveis pelo Jornalismo Visual com outras que formam a base ética, política e geral humanística, no pano de fundo de toda essa questão também podemos derivar a necessidade de que os profissionais envolvidos na construção visual do Jornalismo tenham tal formação, ou que pelo menos daqueles responsáveis por determinar com o quê e como a visualidade participará da construção da comunicação em seus produtos jornalísticos.

Em linhas gerais, essa é a proposta de uma política da imagem no Jornalismo. De forma específica, apresento algumas proposições que devem servir como orientação. Não devem ser tomadas como regulamentação ou qualquer tipo de cerceamento à liberdade de imprensa, mas como diretrizes para tomadas de decisões. Neste momento, estão desenhadas em 20 recomendações:

1. Todos os profissionais responsáveis pelas etapas que vão da pauta até a publicação final devem ter consciência de que cada elemento participa na construção da informação jornalística. A simples mudança de posição de uma página desenhada no espelho de uma publicação – de página par para página ímpar, por exemplo – pode interferir na forma como a informação será lida.

2. Todos os jornalistas, editores, designers, fotógrafos e ilustradores envolvidos na produção devem ter consciência de que o produto jornalístico será permeado por suas subjetividades. Cabe a cada um deles cuidar para que essas marcas de subjetividade não distorçam a informação e não desprezem o sentido último de servir ao interesse público.

3. A apresentação visual da informação jornalística deve permitir ao leitor/espectador perceber a função e a intenção da sua composição e de seus elementos formantes no que se refere ao conteúdo.

4. Como o Jornalismo Visual é um gênero complementar, o gênero dos elementos de visualidade devem corresponder ao gênero dos elementos textuais ou, em caso de serem de gêneros distintos, não devem ser desenhados de tal forma que um desconstrua o outro, principalmente quando a interferência de um sobre outro não seja perceptível para o leitor/espectador. Nesses casos, a apresentação deve garantir o paralelismo.

5. A composição visual em qualquer uma das dimensões do projeto visual (topográfica, iconográfica, tipográfica e cromática) não deve confundir o leitor/espectador quanto ao gênero ou subgênero do jornalismo da publicação.

6. Na relação entre texto e imagem, um não deve desqualificar ou negar o outro a menos que a integração texto-imagem seja claramente percebida com essa intenção e não possa gerar leituras desconectadas entre seus elementos.

7. Os responsáveis pelo desenho da informação jornalística devem estar conscientes de que as imagens produzirão recortes mais delimitados do que os já promovidos pelo texto. A imagem pode, por exemplo, tomar um fragmento (de tempo, de espaço, de agentes envolvidos no fato ou acontecimento etc.) como o todo. Nestes casos, a síntese promovida pela imagem deve ser por si correta em sua formulação, o que significa atender ao enunciado no item anterior.

8. Há momentos em que algo possa vir a ser noticiado mas não deve promover interpretações ou conclusões do leitor/espectador de forma antecipada. São casos de acusações e processos em andamento, acidentes sob investigação etc. Nestes casos, a atenção na edição de imagens deve ser redobrada. Por exemplo, a escolha de uma garrafa quase vazia de bebida alcoólica como primeiro plano em um acidente de carro induz o leitor a concluir teor alcoólico do motorista como causa, mesmo que nem tenha havido conclusão na investigação do acidente.

9. Toda produção de imagens e de composições visuais opera recortes por meio de seleções e edições. Com isso, para cada informação publicada haverá outras tantas que ficarão fora. Todos os responsáveis devem zelar para que o interesse público prevaleça nessa seleção e que não haja prejuízo para a clareza e retidão da informação.

10. Mais do que um recorte, toda informação jornalística também é uma redução, fruto de codificação. Todo leitor opera uma decodificação no ato da leitura e busca recuperar as dimensões perdidas nessa redução, fazendo uso de seus repertórios. A diferença entre o que foi reduzido e o que foi recuperado (como reconstrução) é o que define as distâncias entre o fato ou acontecimento, o produzido e publicado e o compreendido. As imagens e a disposição visual da informação deve procurar favorecer a retomada das dimensões perdidas com o mínimo desvio possível.

11. Se o discurso institucional de uma publicação criar no leitor a expectativa de que ele está diante de informações pautadas em verdade, realidade, imparcialidade, neutralidade, isenção, objetividade e precisão – ainda que compreenda toda relatividade inerente a cada conceito –, toda imagem ou desenho de informação deve procurar atender aos mesmos princípios ou evidenciar seu afastamento deles. A verossimilhança como recurso de imagem deve ser apresentada e reconhecida como tal.

12. Deve haver correspondência de conteúdo entre a leitura superficial e veloz promovida pelos elementos de primeiro plano como títulos, intertítulos, chapéus, olhos, fotos, legendas, gráficos, mapas etc. e a leitura profunda e completa que compreende também os demais elementos da página como as matérias em si. A leitura veloz não deve propositadamente levar o leitor/espectador a um entendimento contraditório em relação ao obtido pela leitura em profundidade. Isso não significa que a leitura superficial deva ser suficiente ou que não possa, incompleta, motivar o leitor a partir para a leitura profunda.

13. A construção visual da informação jornalística deve ter como referência o repertório do seu leitor/espectador em dois sentidos: correspondência ao repertório já existente e conhecido e formação de novo repertório. No segundo caso, deve ser promovido

cuidando-se para que, até que o objetivo seja alcançado, a ausência no repertório do leitor não distorça a informação.

14. Algumas imagens e composições visuais, principalmente abstratas, podem provocar leituras ambíguas ou diversas interpretações e são válidas como recurso ou como estratégia para promover uma experiência estética, liberdade ou interatividade do leitor/espectador. Os responsáveis pela edição gráfica devem considerar a ambiguidade e a polissemia das imagens e da configuração visual, exercendo alteridade com todos os possíveis leitores, mesmo aqueles que não fazem parte do público-alvo da publicação, cuidando para que a informação não gere socialmente outro sentido que possa ser ofensivo, depreciativo, preconceituoso ou expressão de qualquer outra inadequação cultural.

15. Persuasão e convencimento não devem fazer parte das estratégias das imagens no jornalismo.

16. No caso a imagem fotográfica, a posição da lente de captura induz o ponto de vista do leitor/espectador. Projeta-se a posição do observador na cena. Se for compatível com uma posição possível, o observador assume mesmo que intuitivamente um determinado papel. Em um conflito entre manifestantes e força policial de repressão, o fotógrafo que se posicionar do lado dos manifestantes produzirá imagens em que colocará o leitor/observador em posição de encontro com os policiais; o fotógrafo que se posicionar do lado dos policiais produzirá uma imagem que colocará o leitor diante de protestantes que se parecerão se dirigir ao observador ou contra ele; um fotógrafo que se posicionar no alto de um prédio ou em um helicóptero produzirá uma foto em que não haverá coincidência do ponto de vista da lente com uma visão possível do leitor/observador e conseqüentemente a imagem guardará distanciamento dos envolvidos no conflito. O fotojornalista e o editor de imagens deve ter consciência dos efeitos de sentido de cada enquadramento e selecionar aquele(s) que melhor exponha(m), resuma(m) ou contextualize(m) o fato e aquele que coloque o observador em um ponto de vista mais adequado para corresponder ao interesse público do fato.

17. O desenho de uma página ou tela e suas imagens devem promover efeitos de sentido planejados para a melhor exposição do conteúdo jornalístico, evitando-se assim que apenas atendam a uma necessidade de se produzir algo visual ou ilustrado.

18. As imagens agregam valores à informação como, por exemplo, por meio das experiências primárias ou pré-predicativas como demonstrado por Harry Pross. São pares binários de experiências primárias que podem validar certos valores às imagens “dentro-fora”, “esquerda-direita”, “alto-baixo”, “vertical-horizontal”, “claro-escuro”. Os produtores de informações visuais no jornalismo devem evitar utilizar tais formas de agregar valores às imagens com a intenção de validar informações que não se sustentam sem tais recursos e que interfiram na retidão da informação.

19. Propõe-se que antes de ser publicada uma imagem passe por uma análise que ateste sua adequação. Uma das formas de se fazer isso é elaborar, mesmo que mentalmente, uma descrição da imagem como se fosse para um não-vidente, primeiramente de seus elementos plásticos (o que está presente na imagem e com que enquadramento, aspecto denotativo), depois expressivos (o que está enunciando, aspecto conotativo), e finalmente hipoteticamente qual seria a intenção daquela imagem ter aqueles elementos, aquela configuração plástica e aquela expressão gráfica e conteudística. Feito isso, cabe

ao responsável pelo desenho da informação avaliar se de forma textual tudo isso poderia ser publicado em texto sem comprometimento ético da informação e se há correta correspondência ou complementaridade com os outros elementos textuais da informação.

20. Diferentemente de ilustrações e fotografias, os gráficos são representações que se apoiam em um contrato com o leitor que o considera uma expressão correta, isenta, imparcial e precisa. Isso ocorre principalmente na visualização de dados que se apoiam em dados numéricos, matemáticos, temporais, geográficos, estatísticos etc. Uma série que aponte a evolução e determinado índice econômico em determinado recorte de tempo ou um mapa que aponte o local de determinado acontecimento ou a evolução de determinada ocupação espacial são lidos como jornalismo de precisão. Tanto o jornalista que solicita a produção dessas informações quanto os designers que o produzem devem cuidar para que o tipo de gráfico e o uso de cores, proporções, destaques, tipografia, ícones e demais recursos gráficos mantenham a maior neutralidade possível e adequada correlação entre a informação da fonte original e sua apresentação gráfica. Devem ter plena consciência de que o uso de um ou outro tipo de gráfico, os recortes, seleção, supressão e o destaque para segmentos dos dados, produz diferentes efeitos de sentido que podem interferir diretamente na compreensão dos dados e na matéria como um todo. A evolução de um índice pode parecer controlado ou sem controle simplesmente alterando-se a inclinação de uma linha (alargando-se ou achatando-se um eixo de um gráfico), um gráfico pode alterar a sensação de participação de maior ou menor conforme o desenho escolhido, as cores, ou a posição de cada dado. Muitos são as possibilidades de criar diferentes efeitos em gráficos e há inclusive muitos em que a expressão gráfica sequer corresponde ao desenho correto, com estratégias para que o leitor/espectador não tenha condições de comparar os dados, principalmente nos gráficos exibidos em programas televisivos.

Três circunstâncias tornam este momento oportuno para pensar a dimensão política do Jornalismo Visual. 1) Durante a sua campanha à reeleição em 2014, a presidenta do Brasil Dilma Rousseff reafirmou a necessidade de uma regulação da mídia no país e sua intenção em promovê-la durante sua gestão, fazendo com que questões como regulação da mídia (econômica e de conteúdo), liberdade de imprensa e de expressão ganhassem força na pauta do debate público. 2) Todos os cursos de graduação em Jornalismo do Brasil estão revisando seus projetos pedagógicos para atender às Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo do Ministério da Educação. 3) Recentemente (7/01/2015), a redação do jornal satírico francês *Charlie Hebdo* sofreu um ataque terrorista provocando a morte de doze pessoas, entre elas quatro dos principais cartunistas (Charb, Cabu, Tignou e Wolinski), reabrindo o debate sobre a liberdade de expressão e o poder e limites do humor gráfico nas relações humanas, políticas, religiosas, enfim sociais.