

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

RENATA BOSSLE

A RELAÇÃO ENTRE AS ESCOLHAS GRÁFICAS E A COBERTURA DO OSCAR
FEITA PELA REVISTA SET

CURITIBA

2009

RENATA BOSSLE

A RELAÇÃO ENTRE AS ESCOLHAS GRÁFICAS E A COBERTURA DO OSCAR
FEITA PELA REVISTA SET

Trabalho realizado para avaliação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo IV do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Paraná.
Orientação: Professor Toni Andre Scharlau Vieira

CURITIBA

2009

RESUMO

BOSSLE, Renata. A relação entre as escolhas gráficas e a cobertura do Oscar feita pela revista SET. 2009. 72f. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo), Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2009.

O presente trabalho visa fazer uma análise comparativa entre aspectos gráficos e editoriais. Para tanto, foram selecionadas as matérias de cobertura do Oscar publicadas pela revista SET no período de 2000 a 2009, escolha feita devido à constância temática e ao possível interesse do público em aspectos visuais. A análise foi realizada tendo como base a observação da história do período em estudo, da influência desses elementos observados no cinema do período e na cerimônia do Oscar e, por fim, é observado como esses aspectos aparecem na publicação. Além disso, características próprias da revista SET e seu perfil editorial também são levados em consideração.

Palavras-chave: Revista SET. Planejamento gráfico-editorial. Diagramação. Cinema. Oscar.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Os indicados ao prêmio de Melhor Filme em 2007	57
Figura 2 – Os indicados ao prêmio de Melhor Filme em 2006	58
Figura 3 – Exemplos de páginas da revista SET de 2008	59
Figura 4 – Exemplos de páginas da revista SET de 2009	60
Figura 5 – Indicados em 2001 aos prêmios de Melhor Ator Coadjuvante e Melhor Atriz Coadjuvante	61
Figura 6 – Indicados em 2002 aos prêmios de Melhor Ator Coadjuvante e Melhor Atriz Coadjuvante	62
Figura 7 – Indicados de 2001 em diversas categorias	63
Figura 8 – Indicados de 2005 em diversas categorias	64
Figura 9 – Exemplos de antecipação na revista SET.....	65
Figura 10 – Exemplos de discriminação/diferenciação na revista SET	66
Figura 11 – Exemplos de condensação e intensificação na revista SET	67
Figura 12 – Exemplos de redução na revista SET.....	68
Figura 13 – Exemplos de saturação na revista SET	69
Figura 14 – Exemplos de neutralização na revista SET	69
Figura 15 – Exemplos de dissonância na revista SET.....	70
Figura 16 – Exemplos de omissão/sonegação na revista SET	70
Figura 17 – Exemplos de maquiagem/camuflagem na revista SET	71

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Princípios gráficos básicos na edição de 2007	57
Tabela 2 – Princípios gráficos básicos na edição de 2006	58
Tabela 3 – Princípios gráficos básicos na edição de 2008	59
Tabela 4 – Princípios gráficos básicos na edição de 2009	60
Tabela 5 – Primeiro exemplo de princípios gráficos básicos na edição de 2001	61
Tabela 6 – Princípios gráficos básicos na edição de 2002	62
Tabela 7 – Segundo exemplo de princípios gráficos básicos na edição de 2001	63
Tabela 8 – Princípios gráficos básicos na edição de 2005	64
Tabela 9 – Índices de audiência do Oscar nos Estados Unidos.....	72

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	01
2	CINEMA, HISTÓRIA E CONTEMPORANEIDADE: O PERÍODO ENTRE OS ANOS 2000 E 2009	05
2.1	O CINEMA E O OSCAR.....	08
2.2	A COBERTURA DO OSCAR FEITA PELA REVISTA SET	15
3	PRINCÍPIOS GRÁFICOS BÁSICOS.....	20
3.1	A PROXIMIDADE NA REVISTA SET	21
3.2	O ALINHAMENTO NA REVISTA SET.....	23
3.3	A REPETIÇÃO NA REVISTA SET	24
3.4	O CONTRASTE NA REVISTA SET.....	26
4	AÇÕES GRÁFICO-EDITORIAIS NA REVISTA SET	30
4.1	ANTECIPAÇÃO.....	31
4.2	DISCRIMINAÇÃO/DIFERENCIAÇÃO	34
4.3	CONDENSAÇÃO E INTENSIFICAÇÃO	34
4.4	REDUÇÃO.....	36
4.5	SATURAÇÃO.....	38
4.6	NEUTRALIZAÇÃO	39
4.8	DISSONÂNCIA.....	41
4.7	OMISSÃO/SONEGAÇÃO	42
4.9	MAQUIAGEM/CAMUFLAGEM	44
4.10	FALSEAMENTO.....	45
4.11	DEFORMAÇÃO	46
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
	REFERÊNCIAS	52
	APÊNDICES	57
	ANEXOS	72

1 INTRODUÇÃO

A principal premiação da Academy of Motion Picture Arts and Sciences (normalmente traduzida para Academia de Artes e Ciências Cinematográficas) é um dos acontecimentos midiáticos mais importantes do cinema mundial e existe desde 1929. A Academia é uma instituição sem fins lucrativos, com sede nos Estados Unidos e que procura valorizar avanços no cinema, sejam eles artísticos ou tecnológicos.

Embora o nome de tal premiação seja, oficialmente, Academy Awards, ela é mais facilmente lembrada pelo nome que a estatueta de seu prêmio recebeu: Oscar¹. Isso fica evidenciado não somente na famosa frase “and the Oscar goes to” (“e o Oscar vai para”, em tradução livre), que antecede cada revelação de vencedores, mas também pelos endereços eletrônicos www.oscar.com e www.oscars.org, ambos sob os cuidados da já referida Academia.

A entrega dos prêmios é transmitida via rádio desde sua origem e via televisão desde 1953. Esse aspecto deu maior visibilidade ao Oscar que, justamente por isso, adquiriu visibilidade comercial. Até hoje o prêmio influencia datas de lançamento de filmes, além de ser um aspecto importante no momento da escolha de projetos por parte de atores, agentes, diretores, produtores e estúdios. Ser indicado para o prêmio significava – e significa – uma quase absoluta garantia de público e de lucratividade².

Devido a essa relação com o cinema dito comercial, o Oscar é, também, uma das premiações mais criticadas. Ela se difere da maior parte das premiações do gênero por não estar relacionada a um festival. Ou seja, em grande parte das premiações cinematográficas, o grande público não possui acesso aos filmes indicados e vencedores, restritos aos participantes do festival. Como exemplos, é possível citar: Festival Internacional do Filme de Berlim (Alemanha), Festival de Cinema de Gramado (Brasil), Festival de Cinema de Brasília (Brasil), Festival Internacional do Novo Cinema Latino Americano de Havana (Cuba), Festival Internacional de Cinema de San Sebastian (Espanha), Festival Sundance de Cinema

¹ De acordo com o site da Academia (www.oscars.org), a estatueta é oficialmente chamada Academy Award of Merit (Prêmio de Mérito da Academia). Além disso, as origens do ‘apelido’ Oscar não são claras. A história mais popular, também de acordo com o site, é a da então bibliotecária da Academia, Margaret Herrick. Para ela, a estatueta lembrava seu tio, chamado Oscar. O nome não foi aceito oficialmente até 1939, mas em 1934 já era popular o suficiente para ser usado pelo colunista de Hollywood, Sidney Skolski.

² Mais informações sobre a importância simbólica da estatueta do Oscar e o apelo comercial dos filmes vencedores em: LISBOA, HUILTON LUIZ SILVA. **Entre a estatueta do Oscar e o Oscar da estatueta**. Curitiba: UTP, 2004. (Coleção Recém Mestre)

(Estados Unidos), Festival de Cinema de Cannes (França) e Festival Internacional de Cinema de Veneza (Itália).

Ao contrário do que acontece nessas premiações, as regras de número dois³ e três⁴ estabelecidas pela Academia afirmam que, para um filme poder receber um Oscar, ele deve ter estreado no condado da Califórnia, nos Estados Unidos, entre os dias 1º de janeiro e 31 de dezembro do ano anterior. Esse é mais um aspecto que garante popularidade à premiação.

Dessa maneira, a cobertura do Oscar pelas revistas especializadas é praticamente obrigatória em todo o mundo. No caso brasileiro, a única revista especializada em cinema com tradição editorial é a revista SET, que surgiu em junho de 1987. Assim, estudar essas reportagens representa analisar o jornalismo cultural e, também, o jornalismo cinematográfico do país.

Uma especificidade na maneira como o Oscar é abordado pela SET é a antecipação à entrega do prêmio. Devido à periodicidade mensal da revista, a cobertura se dá após a divulgação do nome dos indicados e antes da divulgação do resultado final. Isso ocorre, basicamente, porque uma periodicidade mensal não suporta notícias tão factuais como a lista de vencedores, principalmente de um prêmio transmitido pela televisão.

Esse aspecto será analisado com mais detalhes posteriormente, porém vale ressaltar que a postura da publicação leva em consideração sua relação com os leitores. A revista seleciona quem são os favoritos, os esquecidos pela Academia, os que merecem e os que não merecem o prêmio, além de apresentar diversas curiosidades. Na edição de 2003, por exemplo, a cobertura do Oscar foi publicada em um suplemento encartado na revista, que podia ser retirado e levado separadamente para frente da televisão. Já em 2008, foi publicada

³ A regra número dois (Elegibility) afirma em seu segundo parágrafo que: “All eligible motion pictures, unless otherwise noted (see Paragraph 9, below), must be: a. feature length (defined as over 40 minutes), (...) c. for paid admission in a commercial motion picture theater in Los Angeles County, d. for a qualifying run of at least seven consecutive days, e. advertised and exploited during their Los Angeles County qualifying run in a manner considered normal and customary to the industry, and f. within the Awards year deadlines specified in Rule Three.”

Fonte: ACADEMY OF MOTION PICTURE ART AND SCIENCES. **Rules for 82nd Annual Academy Awards of Merit for distinguished achievements during 2009**. Los Angeles: Academy of Motion Picture Art and Sciences, 2009. Disponível em: <http://www.oscars.org/awards/academyawards/rules/82aa_rules.pdf>. Acesso em: 24 jul. 2009.

⁴ A regra número três (The Awards Year and Deadlines) afirma em seu primeiro parágrafo que: “The required Los Angeles County qualifying run (described in Rule Two Paragraph 2) must begin between January 1, 2009, and midnight of December 31, 2009.”

Fonte: ACADEMY OF MOTION PICTURE ART AND SCIENCES. **Rules for 82nd Annual Academy Awards of Merit for distinguished achievements during 2009**. Los Angeles: Academy of Motion Picture Art and Sciences, 2009. Disponível em: <http://www.oscars.org/awards/academyawards/rules/82aa_rules.pdf>. Acesso em: 24 jul. 2009.

a lista completa de indicados com pequenas circunferências em frente aos nomes. Assim, o leitor poderia marcar quem eram os vencedores enquanto assistia à premiação.

Nesse estudo, em especial, serão observados dois aspectos dessas coberturas que são de grande relevância para o jornalismo: o perfil editorial e o planejamento gráfico. No caso de uma revista com uma temática relacionada ao visual – cinema, no caso – um planejamento gráfico deve (ou deveria) ser feito com atenção. As reportagens sobre a cerimônia de entrega do Oscar foram escolhidas devido a sua constância temática e enfoques similares ocorridos pela razão já explicitada.

A partir disso, será observada a relação entre o perfil editorial e o planejamento gráfico do veículo, onde o segundo faria uma tentativa de traduzir visualmente o primeiro, exposto nos textos publicados.

A revista SET foi a selecionada para a realização desse trabalho por ser, ao menos até o início de 2009, a revista sobre cinema mais estável no mercado editorial nacional. Essa situação mudou apenas em abril, com o cancelamento de todos os títulos da Editora Peixes, o que afetou a revista. Durante o ano corrente, a revista SET seria ainda publicada por outras duas empresas: a Companhia Brasileira de Multimídia (CBM) e a Aver Editora.

Em julho desse ano, no entanto, as bancas brasileiras receberam uma nova revista sobre cinema. A Preview foi criada por um grupo de jornalistas que fizeram parte da equipe da revista SET quando publicada pela Editora Peixes, com destaque para Ricardo Matsumoto e Suzana Uchôa Itiberê. Pouco tempo depois, foi anunciada a criação de uma terceira publicação sobre cinema, a Movie. Lançada em outubro pela Tambor Gestão de Negócios, a revista foi idealizada pelo ex-editor da SET, André Forastieri e teria Roberto Sadovski como editor especial.

Outro fator que contribuiu para a escolha é que a revista SET possui uma temática que valoriza o projeto visual, uma vez que o público interessado em cinema está em contato com essa outra mídia, intimamente relacionada a aspectos visuais – o cinema.

Além disso, a cobertura do Oscar entre 2000 e 2009 foi o período selecionado justamente por ser recente, aproximando assim a análise do momento vivido, o que facilita o acesso a uma gama maior de informações sobre o período. Entretanto, essa mesma proximidade não traz os benefícios que apenas uma distância temporal é capaz de fornecer: uma maior distância pessoal entre quem analisa e o objeto analisado – uma vez que é impossível negar que a análise é feita por um sujeito – e uma maior teorização já disponível sobre o período.

Também se deve observar que a cobertura do Oscar foi o tema escolhido por seu aspecto diferencial em relação às análises normalmente realizadas sobre o jornalismo cultural, algo perceptível quando se mensura a pequena quantidade de bibliografia sobre o tema. Motivações de caráter pessoal também foram levadas em consideração, como o interesse por design gráfico, pela indústria cinematográfica dos Estados Unidos da América e, também, pela popularidade que o cinema desse país adquiriu no Brasil.

Para tanto, esse trabalho foi dividido em três partes de observação e análise. Na primeira, chamada “Cinema, História e Contemporaneidade: o período entre os anos 2000 e 2009”, foram observados os aspectos mercedores de destaque na cobertura do Oscar, inicialmente em um breve histórico e, posteriormente, em um perfil de comportamento, relacionando as cerimônias do Oscar com o contexto da época. Também serão levados em consideração dados relacionados diretamente com a Revista SET. Nessa parte do trabalho, começam a ser vistos alguns pontos sobre a participação de aspectos gráficos na cobertura jornalística.

A segunda parte do trabalho, por sua vez, traz quais são os aspectos gráficos básicos utilizados na construção de significado. Esses aspectos foram observados individualmente nas coberturas da cerimônia do Oscar feitas pela revista SET, através de exemplos selecionados, de maneira a facilitar a compreensão sobre suas funções e a iniciar a pesquisa sobre as relações gráfico-editoriais.

Por fim, na terceira parte desse trabalho, foram coletados exemplos de ações gráfico-editoriais. A partir delas, será possível relacionar os textos da cobertura jornalística e o contexto da publicação com os aspectos gráficos e as intenções que eles sugerem.

Dessa maneira, ao mesmo tempo em que se analisa a relação gráfico-editorial proposta, também será feito um perfil da publicação em questão – a revista SET – e serão estabelecidos alguns parâmetros para análises gráfico-editoriais, que poderão ser aplicados em outras publicações que não as específicas de jornalismo cinematográfico ou cultural. Assim, esse trabalho procura contribuir com o conhecimento acadêmico na área de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, aliada ao design gráfico de revistas.

2 CINEMA, HISTÓRIA E CONTEMPORANEIDADE: O PERÍODO ENTRE OS ANOS 2000 E 2009

Homus cinematographicus. Para João do Rio, pseudônimo de Paulo Barreto, essa seria a próxima classificação da espécie humana. Esse jornalista carioca, que viveu no início do século XX, acreditava que a humanidade se voltava cada vez mais para o presente, vivendo apressadamente. Na época, uma das maiores evoluções tecnológicas era justamente o cinema, que começava a ser explorado comercialmente.

Nós somos uma delirante sucessão de fitas cinematográficas. Em meia hora de sessão tem-se um espetáculo multiforme e assustador cujo título geral é – Precisamos acabar depressa. (BARRETO, Paulo, 1909 apud MEDINA, Cremilda, 1988, p. 54).

Essa rapidez a que se refere João do Rio somente foi acentuada nas últimas décadas, com o advento de novas tecnologias de informação, como a televisão e a internet. O mercado cinematográfico cresceu durante todo o século e chegou à década estudada (de 2000 a 2009) alcançando bilheterias que ultrapassam um bilhão de dólares⁵.

Nesse período, diversos acontecimentos tiveram relevância para o mercado cinematográfico e, também, para as escolhas tomadas pela Academia no que se refere ao Oscar; escolhas essas que podem – ou não – interferir na forma como a imprensa reage à premiação. Elas serão vistas no decorrer desse capítulo.

O *Homus cinematographicus* – tomando a liberdade de usar o termo – se informa sobre cinema através de diversos veículos de comunicação. O Oscar, devido a sua popularidade, é de interesse de muitos e, por isso, sua cobertura é feita não somente por veículos especializados, mas também por aqueles de características mais generalistas, como jornais diários, revistas semanais de informação e sites de notícias ou provedores de conteúdo. Como exemplo de veículos de acesso amplo é possível citar os jornais Folha de São Paulo e Gazeta do Povo; as revistas Veja, Época e IstoÉ; e os sites Universo Online (UOL), Terra Networks e Globo.com.

Assim, analisar a cobertura do Oscar de maneira completa seria um trabalho longo e exaustivo, não necessário para o objetivo dessa pesquisa. A opção adotada foi observar os

⁵ *O Senhor dos Anéis: O Retorno do Rei* (2003) arrecadou U\$1.129.219.252 nas bilheterias mundiais; *Piratas do Caribe: O Baú da Morte* (2006) chegou à U\$1.060.332.628; e *Batman: O Cavaleiro das Tevas* (2008) alcançou U\$1.001.921.825. O único filme na história que teve uma arrecadação superior a esses valores foi *Titanic* (1997), com U\$1.835.300.000.

Fonte: THE INTERNET MOVIE DATABASE. **All-Time Worldwide Box Office**. Disponível em: <<http://www.imdb.com/boxoffice/alltimegross?region=world-wide>>. Acesso em: 5 ago. 2009.

principais acontecimentos do período que interferiram de alguma maneira na cerimônia e, posteriormente, apontar como isso foi abordado na revista SET.

A princípio, é possível dividir a década estudada em dois momentos. Essa divisão não possui uma delimitação clara em caráter temporal, mas facilita o estudo de duas temáticas importantes que marcaram o período.

Resumidamente, o primeiro momento é caracterizado por diversos conflitos armados e atentados terroristas, o principal sendo o que ocorreu em 11 de setembro de 2001, quando dois aviões atingiram as torres gêmeas do World Trade Center, em Nova York. A autoria desse atentado foi assumida pelo grupo afegão Al-Qaeda, chefiado por Osama Bin Laden. Assim, após o acontecimento, os Estados Unidos da América decretaram guerra contra o Afeganistão, derrubando o governo Talibã, que dominava o país desde 1996, mas sem encontrar Osama Bin Laden. Não foram poucos os veículos de comunicação que publicaram frases semelhantes a essa: “Quando no futuro os estudantes abrirem os livros de história, os capítulos do século 21 começarão todos pela mesma data: 11 de setembro de 2001, o dia em que o Ocidente se sentiu inseguro” (EFE, 2001).

Também nesse período – que marca o primeiro governo de George W. Bush como presidente dos Estados Unidos – foi decretada uma guerra contra o Iraque, mais precisamente em 20 de março de 2003. A razão da ocupação americana, que contou com o apoio do exército inglês, era uma possível produção de armas de destruição em massa, nunca encontrada. Mesmo assim, o presidente e primeiro ministro do Iraque, Saddam Hussein, foi capturado em 13 de dezembro de 2003.

Saddam Hussein, o ungido, Glorioso Líder, Descendente direto do Profeta, Presidente do Iraque, Presidente de seu Conselho de Comando da Revolução, Marechal-de-Campo de seus exércitos, Grande Tio de todos os seus clãs e tribos, Comandante-em-Chefe da Imortal Mãe de Todas as Batalhas, foi descoberto num buraco, na noite de sábado 13. (...) Poucas vezes se viu um líder nacional em momento de tal fraqueza e humilhação. As imagens feitas na prisão o mostram com aspecto de indigente e aparentando bem mais que seus 66 anos. A barba espessa, os cabelos desalinhados e o olhar embaçado, enquanto um médico militar americano o examina minuciosamente com luvas de borracha, denunciam o fim melancólico de um dos tiranos mais sanguinários dos tempos modernos. (BARELLA, José Eduardo, 2003)

Saddam Hussein foi preso e julgado por um Tribunal Especial Iraquiano em 2006, sendo condenado à morte por enforcamento, o que aconteceu no dia 30 de dezembro do mesmo ano.

Nesse mesmo período já havia sido iniciada a segunda parte da década, marcada por diversos desastres naturais e relatórios sobre o aquecimento global, fazendo com que as preocupações ambientais recebessem uma nova caracterização. Mais do que a preocupação de

alguns poucos grupos ativistas, elas passam a receber a atenção de artistas e diversos líderes políticos. Vale lembrar que as duas partes da década aqui mencionadas não possuem relação direta entre si, caracterizando apenas as duas grandes temáticas que se sobressaíram no período estudado.

Durante o ano de 2004, o mundo todo acompanhou de perto os acontecimentos no Iraque e as eleições presidenciais nos Estados Unidos. A violência no Iraque se agravou, com ações de insurgentes por todo o país, e a revelação de casos de tortura de prisioneiros por militares americanos. (...) Quando parecia que nada mais aconteceria, um terremoto de mais de 9 graus na escala Richter sacudiu a superfície da Terra e provocou ondas que percorreram mais de 6 mil quilômetros no Oceano Índico. Os últimos boletins do ano dão como mortas 124 mil pessoas em mais de 10 países. Mas o número continua subindo. O mundo entra em 2005 como saiu de 2004: contando os corpos. (BBC BRASIL, 2004)

Entre os desastres naturais ocorridos na década estão, em 2001: uma tempestade tropical que devastou o sudeste do Texas, nos Estados Unidos, após um período com grande número de furacões no Atlântico. Em 2002: uma grande avalanche em Kolka-Karmadon, Rússia. Em 2003: a maior onda de calor da história recente atingiu a Europa causando mortes principalmente entre a população idosa. Em 2004: um terremoto na Índia foi o segundo maior já registrado, com magnitude de 9,3 pontos na escala Richter, originando os já mencionados tsunamis. Em 2005: um terremoto em Azad Kashmir, Paquistão, matou cerca de 79 mil pessoas; o furacão Katrina destruiu barreiras e deixou a cidade de New Orleans, nos Estados Unidos, inundada. Em 2006: um terremoto em Java, na Indonésia, também originou tsunamis; a seca na Austrália, que já durava cinco anos, começa a afetar a população urbana (essa seca ainda permanece); a província de Sichuan, na China, com uma população de oito milhões de pessoas e sete milhões de bovinos, passa por sua maior seca já registrada. Em 2008: um terremoto, também na província de Sichuan, causou grande destruição e matou mais de 60 mil pessoas; no Brasil, um período prolongado de chuvas causou enchentes no estado de Santa Catarina. Em 2009: uma onda de calor e ventanias em Victoria, na Austrália, região que já sofria com a seca, causa incêndios e três dias seguidos com temperaturas superiores a 43°C.

Nos anos de 2004, 2005 e 2007 esses desastres foram tão marcantes que apareceram no título das retrospectivas anuais feitas pela BBC Brasil. Os títulos foram “O ano do tsunami?”, “A natureza desafia até os mais poderosos” e “O ano da mudança climática”, respectivamente.

As mudanças do clima e as discussões sobre como enfrentar o aquecimento global estiveram no topo da agenda internacional durante 2007. O esperado relatório do Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas da ONU (IPCC, na sigla em inglês) atribuiu o fenômeno à ação humana. (...) Em dezembro, representantes de todos os países da ONU se reuniram em Bali para iniciar as discussões sobre o que fazer depois do término do Tratado de Kyoto, em 2012. (BBC BRASIL, 2007)

Ambos os momentos – conflitos envolvendo os Estados Unidos da América e desastres ambientais – tiveram conseqüências políticas e econômicas. Uma vez que o cinema, em especial o norte-americano, está apoiado dentro de uma lógica de produção muitas vezes chamada de “indústria”, esses acontecimentos o afetaram. Além disso, diversas celebridades manifestaram suas opiniões, levando uma carga ainda maior de responsabilidade social e/ou ambiental para suas aparições públicas.

Dessa forma, não somente os filmes produzidos, mas as cerimônias de entrega do Oscar estão integradas ao contexto histórico que as cerca.

2.1 O CINEMA E O OSCAR

Em 2000, o texto da revista SET que introduz a cobertura do Oscar é o seguinte:

Parece que os Estados Unidos acordaram para o mundo. Exagero? Pode ser, mas se julgarmos pelos filmes que disputam o Oscar no próximo dia 26 os tempos do “sonho americano” e outras bobagens ficaram para trás. Nada de navios condenados ou escritores apaixonados: os indicados a melhor filme abordam temas que a Academia queria ver bem longe. Núcleos familiares destruídos, aborto, a condenação do cigarro, pena de morte e, para fechar com chave de ouro, um menino que pode ver os mortos. Se essa seleção indica o que vem por aí, esse novo milênio promete mudar muito mais do que os dois últimos dígitos do calendário. Ainda bem. (SET, 2000, p. 25)

A verdade é que, durante a década estudada, o perfil do cinema americano mudou. Obviamente, esse perfil está sempre em constante modificação, uma vez que é relacionado a uma lógica de produção afetada pela economia, pela política e, como não poderia deixar de ser, pelo público.

Entre as principais mudanças registradas é possível citar o avanço nos efeitos especiais que apagaram ilhas em *O Náufrago* (2000) e criaram batalhas magistrais em *Gladiator* (2000), *O Senhor dos Anéis: As Duas Torres* (2002), *O Senhor dos Anéis: O Retorno do Rei* (2003) e *300* (2007). Também é possível mencionar o aumento no uso de imagens geradas por computador (CGI, na sigla em inglês) não somente em animações como *Shrek* (2001), *Procurando Nemo* (2003), *Os Incríveis* (2004), *Ratatouille* (2007) e *Wall-E* (2008), mas também em *O Dia Depois de Amanhã* (2004), *King Kong* (2005) e uma enorme variedade de outros filmes.

Além disso, documentários como *Fahrenheit 11 de Setembro* (2004), *A Marcha dos Pingüins* (2005) e *Uma Verdade Inconveniente* (2006), além de filmes falados em um idioma que não o inglês, como *O Tigre e o Dragão* (2000), *Cidade de Deus* (2002), *A Paixão de*

Cristo (2004) e *Cartas de Iwo Jima* (2006) adquiriram popularidade e se tornaram sucessos mundiais de público e crítica.

O Oscar é influente nesse processo uma vez que dá grande visibilidade aos filmes e, conseqüentemente, auxilia na bilheteria. Outro fator interessante é que os indicados são escolhidos através de uma votação entre os membros da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, estabelecendo uma relação de apoio entre os pares⁶.

Esse aspecto é relevante especialmente quando se observa os dois momentos da década já explicados no tópico anterior.

Em 2000 e 2001, quando a cerimônia de entrega do Oscar ainda não havia sido afetada pelos ataques terroristas de 11 de setembro de 2001, a Academia de Artes e Ciências Cinematográficas começava a sentir sua popularidade diminuída. Em 2001, a cerimônia televisada teve o menor índice de audiência em quatro anos. Além disso, de acordo com o Nielsen Weekly Ratings, essa foi a primeira vez que a entrega do Oscar ficou em segundo lugar na preferência da audiência, perdendo para o programa *Survivor*, da CBS, que, em sua versão brasileira, é chamado de *No Limite*.

Já em 2002 apareceram rumores de que a entrega do Oscar seria adiada, a exemplo do que aconteceu com o prêmio Emmy (onde atores e séries de televisão são premiados). Entretanto, em uma carta aberta para a agência de notícias Reuters, o presidente da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, Frank Pierson, afirmou que um adiamento na entrega do Oscar significaria que “os terroristas venceram a guerra”.⁷

Além disso, a cerimônia marcava uma esperada “volta para casa”. Depois de 40 anos, o Oscar voltava a ser entregue em Hollywood, no recém inaugurado Kodak Theatre. Essa mudança permitiu aos organizadores exibir pela a cerimônia em alta definição pela primeira vez, além de utilizar a mais alta tecnologia nos cenários. Mas isso não impediu que, de acordo

⁶ De acordo com o site www.oscars.org, os vencedores são determinados por uma votação entre os membros do ramo em questão (*branch*, no original em inglês) da Academia. Por exemplo, apenas editores podem votar em quem deve receber o prêmio de Melhor Edição. As únicas exceções são a categoria de Melhor Filme, onde os indicados são selecionados por todos os membros; e a categoria de Melhor Filme Estrangeiro, onde os indicados são escolhidos através de um comitê especial com membros de todos os ramos da Academia.

Fonte: ACADEMY OF MOTION PICTURE ART AND SCIENCES. **Voting for the Academy Awards**. Los Angeles: Academy of Motion Picture Art and Sciences, 2009. Disponível em: <<http://www.oscars.org/awards/academyawards/about/voting.html>>. Acesso em: 24 jul. 2009.

⁷ Em inglês, no original: “If we give in to fear, if we aren't able to do these simple and ordinary things, the terrorists have won the war”.

Fonte: PIERSON, Frank. Open letter to Reuters. Los Angeles, 2002. Apud JACOBY, Jeff. Life in an Islamist US. **Jewish World Review**, Boston: 26 jun. 2006. Disponível em: <<http://www.jewishworldreview.com/jeff/jacoby062606.php3>>. Acesso em: 10 set. 2009.

com a medição feita pela The Nielsen Company, a audiência da entrega do Oscar tivesse os menores índices desde 1996.

O ano seguinte (2003) apresentou uma queda ainda mais significativa na audiência. Novamente, a cerimônia ficou em segundo lugar na preferência do público, dessa vez perdendo espaço para o programa *American Idol* (no Brasil, essa competição entre jovens cantores recebeu o nome de *Ídolos*). Além disso, foi registrado o menor índice de audiência entre todas as cerimônias do Oscar que já passaram por uma medição (iniciadas em 1974).

A cerimônia ainda foi marcada pelos acontecimentos relacionados à política dos Estados Unidos. Cinco dias antes da cerimônia, o presidente George W. Bush declarou o início da guerra contra o Iraque. Assim, as festividades dos 75 anos do Oscar foram reduzidas e diversos vencedores aproveitaram a ocasião para dar voz às suas opiniões políticas. Nesse ponto, teve destaque o discurso de Michael Moore, vencedor na categoria de Melhor Documentário por *Tiros em Columbine*.

I have invited my fellow documentary nominees on the stage with us, and we would like to - they're here in solidarity with me because we like nonfiction. We like nonfiction and we live in fictitious times. We live in the time where we have fictitious election results that elects a fictitious president. We live in a time where we have a man sending us to war for fictitious reasons. Whether it's the fiction of duct tape or fiction of orange alerts we are against this war, Mr. Bush. Shame on you, Mr. Bush, shame on you. And any time you got the Pope and the Dixie Chicks against you, your time is up. Thank you very much! (MOORE, Michael apud THE INTERNET MOVIE DATABASE, 2003)⁸

Outro discurso que merece ser mencionado é o de Adrien Brody, vencedor do prêmio de Melhor Ator pelo filme *O Pianista*:

This is, you know, it fills me with great joy, but I am also filled with a lot of sadness tonight because I am accepting an award at such a strange time. And you know my experiences of making this film made me very aware of the sadness and the dehumanization of people at times of war. And the repercussions of war. And whatever you believe in, if it's God or Allah, may he watch over you and let's pray for a peaceful and swift resolution. Thank you. And I have a friend from Queens who's a soldier in Kuwait right now, Tommy Zarabinski, and I hope you and your boys make it back real soon. God bless you guys. I love you. Thank you very much. (BRODY, Adrien apud THE INTERNET MOVIE DATABASE, 2003)⁹

⁸ Tradução livre: “Eu convidei meus companheiros indicados por Melhor Documentário para vir ao palco conosco e nós gostaríamos de – eles estão aqui em solidariedade a mim porque nós gostamos de não-ficção. Nós gostamos de não-ficção e nós vivemos em tempos fictícios. Nós vivemos em um tempo onde temos resultados fictícios de uma eleição que elege um presidente fictício. Nós vivemos em um tempo onde temos um homem nos mandando para a guerra por razões fictícias, Sr. Bush. Tenha vergonha Sr. Bush, tenha vergonha. Em qualquer tempo que você tenha o papa e as Dixie Chicks (*trio feminino de música country*) contra você, o seu tempo acabou. Muito obrigado”.

⁹ Tradução livre: “Isso é, vocês sabem, isso me enche de grande alegria, mas também estou cheio de muita tristeza nessa noite, porque estou aceitando esse prêmio em tempos tão estranhos. E vocês sabem que minhas experiências fazendo esse filme me fizeram consciente da tristeza e da falta de humanidade das pessoas em tempos de guerra. E a repercussão da guerra. E no que quer que seja que você acredita, seja em Deus ou Alá, que Ele olhe para você e vamos rezar por uma solução pacífica e ligeira. Obrigado. E eu tenho um amigo do Queens

Em 2004, no entanto, as preocupações durante a entrega do Oscar pareciam menos direcionadas para as decisões políticas dos Estados Unidos e mais voltadas para o próprio programa e sua audiência. Dessa vez, o apresentador era Billy Crystal que não comandava a cerimônia desde 1991:

It was 13 years ago when I first hosted the Academy Awards, and things sure have changed since then. George Bush was President, the economy was tanking, and we had just finished a war with Iraq. Yeah, things really have changed”. (CRYSTAL, Billy apud THE INTERNET MOVIE DATABASE, 2004)¹⁰

A data da cerimônia foi adiantada em um mês para tentar garantir mais público. Isso modificou estratégias de estúdios que passaram a lançar seus filmes em novembro ao invés de dezembro, numa tentativa de garantir que os membros da Academia os vissem em tempo para a votação. Além disso, para evitar cópias ilegais de seus filmes, a Motion Picture Association of America, órgão regulador da indústria do cinema no país, anunciou que não seriam mais enviadas cópias dos filmes em DVD ou VHS para os membros da Academia. A medida acabou sendo revogada devido aos protestos de uma associação de estúdios independentes.

Assim, a The Nielsen Company registrou o primeiro aumento na audiência desde 2001. O principal responsável por isso foi o grande vencedor da noite, *O Senhor dos Anéis: O Retorno do Rei*. O filme, dono da segunda maior bilheteria já registrada, deu popularidade à cerimônia e empatou com *Titanic* e *Ben Hur* no maior número de estatuetas recebidas, 13 no total. No Brasil, a audiência foi garantida pela presença do filme nacional *Cidade de Deus*, que não foi premiado.

(...) as grandes produções ainda dividem espaço com filmes, digamos, *modestos*, as principais indicações para o Oscar. E nada é mais modesto que *Cidade de Deus*, que entra no páreo concorrendo a quatro estatuetas (direção, roteiro adaptado, fotografia e montagem), o que coloca o filme de Fernando Meirelles em pé de igualdade com os melhores filmes de 2003. E qual a novidade? (SET, 2004, p. 19)

A tendência mais popular, no entanto, não continuou em 2005. Pela primeira vez em 20 anos, nenhum dos indicados na categoria de Melhor Filme constava na lista das dez maiores bilheterias do ano. O filme *Diários de Motocicleta*, que foi bem recebido pelo público e pela crítica, não concorreu por não ter sido indicado por nenhum país, algo compreensível em um filme onde diretor, equipe técnica, atores e locações possuem diferentes nacionalidades.

(um dos cinco distritos de Nova York) que é um soldado no Kuwait agora, Tommy Zarabinski, e eu espero que você e seus amigos voltem logo. Deus abençoe vocês. Eu amo vocês. Muito obrigado”.

¹⁰ Tradução livre: Foi há 13 anos que eu apresentei pela primeira vez os Academy Awards, e as coisas realmente não mudaram desde então. George Bush era o presidente, a economia estava afundando e nós havíamos acabado de terminar uma guerra com o Iraque. Sim, as coisas realmente mudaram.

Também não concorreram documentários de longa metragem com conotações políticas. Michael Moore, vencedor no ano anterior, teve seu filme *Fahrenheit 11 de setembro* desclassificado por não se adequar às regras especiais para elegibilidade de documentários.

No type of television or Internet transmission of a contending documentary feature may occur anywhere in the world until 60 days after the completion of the New York and Los Angeles County seven-day qualifying runs. However, ten minutes or ten percent of the running time of a film, whichever is shorter, is allowed to be shown in a nontheatrical medium prior to the film's theatrical release. DVD release may be simultaneous with the first day of the U.S. qualifying run. (ACADEMY OF MOTION PICTURE ART AND SCIENCES, 2009) ¹¹

Moore havia exibido o documentário pela televisão com a expectativa de afetar o resultado das eleições presidenciais norte-americanas de 2004, o que não aconteceu visto que George W. Bush conseguiu a reeleição. Outros documentários que, por razões semelhantes, não conseguiram se classificar para concorrer ao Oscar foram *The Corporation* e *Control Room*, ambos transmitidos via internet.

E é apenas em 2006 que a mudança prevista na abertura da cobertura de 2000 realmente começa a aparecer. Se, naquele ano, os americanos se chocavam com “núcleos familiares destruídos, aborto, a condenação do cigarro, pena de morte e, para fechar com chave de ouro, um menino que pode ver os mortos”, em 2006 os concorrentes tratam de homossexualismo (*O Segredo de Brokeback Mountain*), trans-sexualismo (*Transamérica*), preconceito racial e social (*Crash – No Limite*), escândalos envolvendo judeus e palestinos (*Munique*) e, até, da política que envolve a indústria do petróleo (*Syriana*). Foi justamente o protagonista de *Syriana*, o ator George Clooney, quem evidenciou esse aspecto do Oscar:

We are a little bit of out of touch in Hollywood every once in a while, I think it's probably a good thing. We're the ones who talked about AIDS when it was just being whispered, and we talked about civil rights when it wasn't really popular, and we bring up subjects... This academy, this group of people gave Hattie McDaniel a Oscar in 1939, when blacks were still sitting in the backs of the theatres. I'm proud to be a part of this academy, proud to be a part of this community and proud to be out of touch. (CLOONEY, George apud THE INTERNET MOVIE DATABASE, 2006) ¹²

¹¹ Tradução livre: “Nenhum tipo de transmissão, pela televisão ou internet, do conteúdo de um documentário em longa metragem deve ocorrer em qualquer parte do mundo até 60 dias depois do término do período de sete dias de exibição em Nova York e no condado de Los Angeles, que qualificam o filme para competir. Entretanto, é permitida a exibição antes da estréia cinematográfica, em meios que não as salas de cinema, de dez minutos ou dez por cento do tempo total do filme, caso seja mais curto. O lançamento em DVD pode ser simultâneo ao primeiro dia de classificação nos Estados Unidos”.

¹² Tradução livre: “Nós estamos um pouco fora de alcance em Hollywood de vez em quando, eu acredito que isso é uma coisa boa. Nós somos os que falaram sobre AIDS quando isso somente era sussurrado e nós falamos sobre direito civil quando ele não era popular e nós trazemos assuntos à tona... Essa Academia, esse grupo de pessoas, deu um Oscar para Hattie McDaniel em 1939, quando os negros ainda sentavam no fundo dos teatros. Eu tenho orgulho de fazer parte dessa Academia, orgulho de ser parte dessa comunidade e orgulho de estar fora de alcance”.

Para não competir pelo público com a Olimpíada de Inverno em Turim, na Itália, o Oscar voltou a acontecer no início de março e não no final de fevereiro, como nos anos anteriores. Apesar disso, a audiência da cerimônia teve mais uma queda, de acordo com a The Nielsen Company.

Nesse mesmo ano, a temática ambiental começou a ser explorada pela Academia. Isso aconteceu, em parte, devido ao êxito comercial do filme *A Marcha dos Pingüins*, vencedor na categoria de Melhor Documentário em Longa Metragem. Embora o aquecimento global não seja a temática principal da obra, o filme retratava uma realidade frágil e dependente de temperaturas específicas, que poderia estar ameaçada.

Foi em 2007 que as duas grandes temáticas da década apareceram juntas na cerimônia de entrega do Oscar. O responsável por isso foi um adversário político do então presidente George W. Bush, Albert Arnold “Al” Gore. O ex-vice-presidente e ex-candidato à presidência compareceu à cerimônia, pois suas palestras sobre aquecimento global foram filmadas e transformadas no documentário *Uma Verdade Inconveniente*, vencedor na categoria de Melhor Documentário em Longa Metragem.

Al Gore teve a oportunidade de se dirigir ao público em dois momentos. No primeiro, subiu ao palco acompanhado do ator Leonardo DiCaprio para falar sobre as práticas ambientalmente corretas utilizadas na cerimônia do Oscar e para parabenizar os organizadores pela iniciativa. DiCaprio, então, perguntou se havia algo que Al Gore gostaria de anunciar, mas quando o outro começava a responder, a orquestra começou a tocar e ele se calou. Tudo o que disse foi:

I guess with a billion people watching, it's as good a time as any. So my fellow Americans, I'm going to take this opportunity right here and now to formally announce my intentions... (AL GORE apud THE INTERNET MOVIE DATABASE, 2007)¹³

Sua segunda oportunidade de se dirigir à audiência foi quando o filme baseado em suas palestras venceu na categoria de Melhor Documentário em Longa Metragem. O diretor do filme, Davis Guggenheim, permitiu que Al Gore falasse e ele arrancou risos por começar seu discurso com “And so, my fellow Americans”, finalizando a fala anterior. Houve especulações por parte da imprensa a respeito de uma possível candidatura de Gore à presidência, mas ele negou posteriormente.

¹³ Tradução livre: “Eu imagino que com um milhão de pessoas assistindo, esse seja um momento tão bom quanto qualquer outro. Então, meus companheiros americanos, eu estou aproveitando a oportunidade para anunciar, bem aqui e agora, minhas intenções...”.

Além dos discursos e das constantes aparições de Al Gore – filmado em seu lugar na platéia –, a apresentadora Ellen DeGeneres fez algumas brincadeiras mencionando a causa ambiental. Embora, novamente, nenhum dos indicados a melhor filme tivesse grande popularidade, a audiência da cerimônia subiu um pouco em relação ao ano anterior, mas não muito. A diferença foi de 0,28 ponto percentual, de acordo com a The Nielsen Company.

A 80ª entrega dos prêmios da Academia, no entanto, sofreu uma nova queda drástica na audiência. A The Nielsen Company registrou um índice quase dois pontos percentuais abaixo do visto em 2003, estabelecendo um novo recorde de menor audiência já registrada. Mais uma vez, o Oscar era marcado por filmes com pouco apelo popular.

Outro aspecto que deve ser observado é que a organização da cerimônia foi prejudicada devido à greve de roteiristas, a qual teve fim apenas 12 dias antes da premiação. Caso a greve não terminasse em tempo, o Oscar ainda seria transmitido, mas sem a presença dos vencedores agradecendo por seus prêmios – uma medida que evitaria constrangimentos causados por boicotes em apoio à greve. Também já estava pronta uma série de vídeos mostrando momentos importantes da história do prêmio, de forma a lembrar seus 80 anos.

Dessa vez, um dos momentos mais marcantes da cerimônia não contou com discursos ambientais, mas ficou sob a responsabilidade de um grupo de seis soldados americanos estabelecidos em Bagdá, no Iraque. Eles gravaram quatro versões de possíveis resultados para a categoria de Melhor Documentário em Curta Metragem. A versão correta foi avisada ao programador de vídeo, durante o evento ao vivo.

Por fim, no ano de 2009, uma nova equipe foi chamada para organizar a entrega do Oscar. O objetivo era reverter as sucessivas quedas na audiência. Assim, foi lançada uma campanha que anunciava o Oscar como “O Maior Evento Cinematográfico do Ano” (no original em inglês: “The Biggest Movie Event of the Year”). Também foi escolhido um apresentador com um perfil diferenciado. Ao invés de um comediante, o ator Hugh Jackman, com experiência em filmes de ação e em espetáculos teatrais que envolvem canto e dança. O número de abertura, em que o ator canta e faz paródias de alguns indicados, foi ovacionado pela platéia.

Os resultados foram, até certo ponto, animadores. A audiência atingiu 21,68 pontos, de acordo com a The Nielsen Company, um pouco mais de três pontos acima do registrado no ano anterior, mas ainda oito pontos abaixo do índice de 2000.¹⁴ Além disso, novamente, os indicados ao prêmio de Melhor Filme não estavam entre as maiores bilheterias do ano.

¹⁴ Para mais informações, ver Anexo A - Índices de audiência do Oscar nos Estados Unidos da América de acordo com a The Nielsen Company

Embora os indicados tenham alcançado números melhores que os do ano anterior, o filme *Batman – O Cavaleiro das Trevas* alcançou sozinho, em seus quatro primeiros dias de exibição, uma bilheteria maior que a de todos os cinco indicados na categoria de Melhor Filme somados. O filme, no entanto, recebeu oito indicações, em sua maior parte técnicas, e apenas dois prêmios: Melhor Ator Coadjuvante, um prêmio póstumo para Heath Ledger, e Melhor Edição de Som.

2.2 A COBERTURA DO OSCAR FEITA PELA REVISTA SET

A diminuição da popularidade do Oscar – marcada pela audiência constantemente em queda – diminuiu também a importância da cobertura da cerimônia em grandes veículos. Embora não tenham deixado de fazê-la, grandes portais da internet passaram a dar um destaque menor em suas páginas iniciais; revistas semanais e jornais diários diminuiram o espaço destinado ao evento, publicando, muitas vezes, apenas as listas dos indicados e dos vencedores. Em 2009, inclusive, a Rede Globo de Televisão não exibiu a entrega do Oscar, dando preferência à transmissão dos desfiles das escolas de samba do Rio de Janeiro.

Por causa dos desfiles do Carnaval carioca, que começam pouco depois das 21h, a emissora terá mais uma vez que mudar sua grade de programação, com o “Domingão do Faustão” terminando às 19h, seguido de “Big Brother Brasil”, e “Fantástico”, previsto para começar às 20h, com apenas uma hora de duração. O Oscar, que começa por volta das 22h30, provavelmente terá seus vencedores anunciados durante as transmissões do Carnaval, que tem prioridade dentro da emissora, pois dá mais Ibope e dinheiro. (SCHNEIDER, 2009)

Conforme já foi mencionado, uma das causas dessa redução na popularidade do Oscar está na indicação de filmes com menor apelo popular e, algumas vezes, de obras realizadas por estúdios independentes, que possuem um circuito menor de exibição. Dessa forma, a cobertura realizada pelas revistas especializadas não apenas continua obrigatória, mas se faz ainda mais necessária. Afinal, trata-se dos filmes indicados pelos representantes da indústria cinematográfica norte-americana, uma das mais importantes e mais relevantes de toda a história do cinema.

Uma particularidade do interesse do público brasileiro no Oscar está, também, no crescimento do próprio cinema nacional, uma vez que há grande interesse popular em um reconhecimento internacional. Isso pode ser observado no editorial da edição da revista SET que contém a cobertura do Oscar 2004.

Estou chocado. O pessoal da redação estava de prontidão para colocar os indicados para o Oscar no lugar e tirar o resto da tarde de folga. Mas eis que *Cidade de Deus* deixa o mundo em seus pés mais uma vez com quatro indicações para a estatueta – o que inclui melhor diretor para Fernando Meirelles. Foi o proverbial “parem as

máquinas” e refazer meia revista em uma tarde. Agora é abraçar a bandeira e torcer pelo melhor filme que o cinema brasileiro já produziu, no dia 29 de fevereiro. (SADOVSKI, 2004, p. 4)

Além de *Cidade de Deus* – capa da edição daquele mês – apenas o curta-metragem *Uma História de Futebol* concorreu ao Oscar durante o período analisado. Nesse caso, foi em 2001, dentro da categoria de Melhor Filme em Curta Metragem. Além deles, o filme *Central do Brasil* já havia concorrido nas categorias de Melhor Filme Estrangeiro e Melhor Atriz em 1999. Outros representantes brasileiros na categoria de Melhor Filme Estrangeiro foram: *O Que é Isso Companheiro?*, em 1998; *O Quatrilho*, em 1995; e *O Pagador de Promessas*, em 1962.¹⁵

Outro aspecto a ser observado quando se trata da cobertura do Oscar está em seus critérios de noticiabilidade. De acordo com Mauro Wolf (1995), a importância de uma notícia pode ser observada através de quatro variáveis. São elas: o “grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento”; o “impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional”; a “quantidade de pessoas que o acontecimento (de fato ou potencialmente) envolve”; e a “relevância e significatividade do evento quanto à evolução futura de uma determinada situação”.

A partir desses pontos, é possível notar de maneira mais clara porque o Oscar é relevante em uma revista especializada como a SET. Afinal, os indivíduos envolvidos no prêmio estão entre os melhores do mundo dentro de suas funções; trata-se de um orgulho nacional participar da cerimônia do Oscar; muitas pessoas estão envolvidas, não apenas recebendo prêmios, mas na apresentação, na organização, na produção dos filmes e, até, nas casas de aposta, resultando em um evento grandioso; e o prêmio representa não somente um indicativo, para o público comum, sobre quais filmes assistir, mas uma carreira com maiores chances de sucesso para indicados e, principalmente, vencedores (ou o contrário, uma vez que muitos premiados sofrem da chamada “maldição do Oscar” e acabam por fazer escolhas erradas de filmes posteriormente ao prêmio).

Mais um motivo de interesse que pode ser apontado é a possibilidade do público leitor da revista – e espectador do prêmio – em ter algum tipo de conhecimento sobre os atores ou mesmo de outros membros da equipe, como diretores e roteiristas. Os primeiros raramente são

¹⁵ O filme *Orfeu Negro* ganhou o Oscar de Melhor Filme Estrangeiro em 1959 representando a França. A obra era uma parceria entre Brasil, Itália e França. Já *O Beijo da Mulher Aranha* foi indicado em quatro categorias (Melhor Filme, Melhor Diretor, Melhor Ator e Melhor Roteiro Adaptado), sendo que o ator William Hurt levou a estatueta como Melhor Ator. Esse filme, por sua vez, foi realizado através de uma parceria entre Brasil e Estados Unidos. (Fonte: The Internet Movie Database)

vistos como as pessoas que são, afastados de seus personagens, já os demais dificilmente aparecem para grandes audiências.

Dentro do período estudado – entre 2000 e 2009 – a cobertura do Oscar foi realizada pela revista SET sempre em um caráter de antecipação ao prêmio. Assim, os leitores eram informados não somente sobre os vencedores, mas também sobre todos os indicados aos principais prêmios, os favoritos e alguns detalhes curiosos, além de terem informações suficientes para perceber possíveis “justiças” e “injustiças” durante a premiação. De acordo com Marília Scalzo (2006), esse tipo de cobertura é preferível, devido à periodicidade da revista. Afinal, a lista com os vencedores pode ser acompanhada em tempo real através da televisão ou da internet.

Nas revistas quinzenais e mensais, esse problema [*a velocidade das outras mídias*] é ainda mais evidente. Além de se distanciar ainda mais da notícia, a publicação de periodicidade mais larga obriga-se a não perecer tão rapidamente, a durar mais nas mãos do leitor. É por isso que a notícia “nua e crua” nunca teve lugar de destaque em revistas (a não ser em lugares e períodos em que elas eram o único meio de comunicação de que se dispunha). Nesse sentido, as revistas já se anteciparam ao problema que, hoje, os jornais enfrentam. (SCALZO, 2006, p. 42)

No entanto, até a edição de 2007, a cobertura do Oscar realizada na SET era limitada a comentar cada um dos indicados nas categorias de Melhor Filme, Melhor Diretor, Melhor Ator, Melhor Atriz, Melhor Ator Coadjuvante e Melhor Atriz Coadjuvante. Depois disso, era divulgada uma lista com todos os indicados nas demais categorias. Assim, entre 12 e 14 páginas da revista eram dedicadas ao Oscar, o que representa aproximadamente de 13% da publicação, uma vez que os exemplares analisados possuíam entre 90 e 98 páginas.

As edições de 2008 e 2009, por sua vez, apresentaram enfoques diferenciados para a cobertura. A ocasião utilizada para a experimentação uma cobertura diferente foram os 80 anos do Oscar e a proposta da matéria publicada em 2008 está expressa em seu editorial.

São oito décadas de histórias, lágrimas, consagrações, injustiças, alegrias... Nada representa melhor o cinema que o Oscar – almejado por muitos, odiado por outros tantos, ignorado por mais um punhado. Mas nunca indiferente. Para celebrar a data, decidimos não olhar para trás, mas olhar o que está a frente. Ver quem está fazendo a história do Oscar daqui em diante. De olho em todos os indicados do ano, construímos um panorama de quem faz a festa – e, por consequência, o cinema – mais cool. Afinal, o Oscar de 2008 está longe de ser careta, nada de ser ultrapassado. (SADOVSKI, 2008, p. 6)

Os textos publicados sobre as personalidades consideradas “cool” do Oscar, somados a uma lista com todos os indicados, ocupam 30 páginas, exatamente um terço da revista (33,3%). De acordo com Daniel Piza (2007), a opção por uma cobertura diferenciada como essa é uma escolha segura, pois existe uma demanda do público que exige um “jornalismo cultural de qualidade, vivo e crítico”:

Provas disso são a quantidade de endereços culturais surgidos na Internet, inclusive no Brasil (sites como *Nominimo*, *Digestivo Cultural*, *Agulha* etc.), e o fato de que as editoras cada vez mais dão atenção a não-ficção, a ensaios, perfis, reportagens, biografias e livros de história escritos por jornalistas ou com “pegada” jornalística. (PIZA, 2007, p. 67)

Em 2009, novamente a equipe da revista optou por uma cobertura diferenciada. Dessa vez, o foco adotado foi baseado em uma insatisfação com relação às escolhas da Academia. Novamente, os filmes consagrados pelo público não concorriam aos principais prêmios da noite. Com a exceção do ano de 2004, quando *O Senhor dos Anéis: O Retorno do Rei* recebeu 13 indicações (e 13 estatuetas), a preferência da Academia recaiu sobre obras bem aceitas pela crítica – muitas vezes de estúdios independentes ou com temáticas críticas – em detrimento de filmes populares.

No caso da premiação de 2009, o filme *Batman – O Cavaleiro das Trevas*, a terceira maior bilheteria da década, recebeu oito indicações, sete delas em categorias consideradas “menores” pela equipe editorial da SET (Melhor Edição de Som, Melhor Mixagem de Som, Melhor Direção de Arte, Melhor Maquiagem, Melhor Fotografia, Melhor Edição e Melhores Efeitos Visuais) e apenas uma indicação nas categorias ditas “principais” (Heath Ledger para Melhor Ator Coadjuvante). O filme recebeu duas estatuetas, a de Melhor Edição de Som e a de Melhor Ator Coadjuvante.

E onde foi parar *Batman – O Cavaleiro das Trevas*? Vejamos. Sucesso absoluto de crítica e público. Colocado em quase todas as compilações de melhores em todo o mundo. A consagração de um “gênero” que ganhou força e ajudou a carregar a indústria inteira nos ombros. Mas os membros da Academia talvez acharam que seria demais um super-herói roubar o lugar de filmes “sérios”. Esse é o Oscar 2009. Uma festa bacana, cheia de gente talentosa. E óbvia até a medula. (SADOVSKI, 2009, p. 6)

É a partir dessa pergunta expressa no editorial que toda a cobertura do Oscar 2009 se inicia na revista. Ocupando 23 das 82 páginas (28%), a SET procurou responder a 25 perguntas sobre a cerimônia, além de traçar algumas curiosidades e publicar a lista completa de indicados. Novamente citando Daniel Piza, é possível considerar essa postura como adequada para esse tipo de veículo: “O fundamental no jornalista cultural é que saiba ao mesmo tempo convidar e provocar o leitor, notando ainda que essas duas ações não raro se tornam a mesma”. (PIZA, 2007, p. 68)

Essa mudança na maneira de realizar a cobertura do Oscar trouxe alterações não somente para os textos, mas, também, para os aspectos visuais da publicação. Essas reformulações, para Marília Scalzo, fazem parte do processo natural de um veículo, principalmente quando se trata de uma revista.

A mesma necessidade de rever periodicamente o conteúdo das revistas vale também para seu projeto gráfico. Redesenhar a revista, ou seja, modificar sua linguagem visual, é tarefa obrigatória de tempos em tempos. (...) É preciso fazer reajustes o tempo todo – e muitas vezes até redesenhar a revista inteira. É sempre o tipo de público, claro, que vai determinar a frequência desses redesenhos. (...) É preciso, sempre, acompanhar as tendências – que às vezes são ditadas pela televisão, pelo cinema, pelas artes gráficas em geral. O importante é notar que existem ciclos visuais, e que, usando elementos que estão completamente fora desses ciclos, muitas vezes as revistas podem parecer anacrônicas, fora do compasso de sua época. Todavia, é preciso também tomar cuidado com os modismos. De tempos em tempos, as revistas acabam ficando parecidas demais umas com as outras, porque usam o mesmo tipo de letra, de cor, de fotografia. (SCALZO, 2006, p. 68-69)

Levando esse aspecto em consideração, deve-se observar que, como a revista SET trata de cinema, uma mídia também diretamente relacionada a aspectos visuais, e que, inclusive, é mencionada por Scalzo, as mudanças e adaptações realizadas em seu projeto gráfico devem ser feitas com regularidade e competência. Afinal, uma revista especializada em cinema que possua uma caracterização visual inadequada pode ter a própria qualidade de seus textos posta em dúvida pelos leitores.

Dessa forma, o próximo capítulo desse trabalho procura explicar de que maneira a organização dos elementos gráficos em uma página pode interferir na compreensão do leitor e inserir significados que não estão, necessariamente, presentes no texto escrito.

3 PRINCÍPIOS GRÁFICOS BÁSICOS

O termo “designer gráfico” surgiu em 1922. Embora, de certa forma, pessoas já exercessem essa função, a literatura acadêmica sobre ela é recente. Atualmente, o design não é uma profissão regulamentada e diversos cursos espalhados pelo país possuem nomes tão diversos quanto Desenho Industrial e Artes Gráficas.

Para esse trabalho, no entanto, foi escolhida uma definição restrita de design. O objetivo disso é centrar no objeto de estudo. Ou seja, foi escolhido um conceito que integra design e comunicação, conforme observado por Tathiana Marcelli: “A função do design gráfico é promover o discurso visual da mensagem jornalística, otimizando a comunicação com o leitor, podendo interferir na ordem de leitura ou percepção dos elementos da página” (MARCELI, 2006, p. 11).

Também é válido observar que muito do que foi escrito sobre design foi rapidamente considerado ultrapassado, devido ao avanço da tecnologia.

O livro *Projeto Gráfico: Teoria e Prática da Diagramação*, de Antonio Celso Collaro é um exemplo disso. Nele, o autor procura estabelecer os princípios teóricos e práticos de um projeto gráfico. Collaro toma como base um software de diagramação para explicar suas idéias e, com a superação do software (Pagemaker, no caso), diversas idéias também foram ultrapassadas¹⁶.

A questão teórica abordada no livro, no entanto, merece atenção. Collaro estabelece o que ele chama de Leis Compositivas. Essas leis seriam as leis gerais de unidade e ritmo e as seguintes leis específicas: variedade; harmonia; destaque; contraste; equilíbrio; simetria e intensidade; e elementos materiais.

Não é difícil notar que muitos desses elementos possuem uma grande similaridade entre si como, por exemplo, harmonia, equilíbrio e simetria. Também possuem definições próximas os conceitos de variedade, destaque, contraste e intensidade. Além disso, o último conceito (elementos materiais) aparece de maneira deslocada e confusa, uma vez que todos os conceitos anteriores tratam das leis gerais de unidade e ritmo e esse, especificamente, trata daquilo que o responsável pelo projeto gráfico dispõe no momento de colocar as leis compositivas em prática.

¹⁶ Os livros posteriores de Collaro, intitulados *Produção Visual e Gráfica* (2005) e *Produção Gráfica: Arte e Técnica da Mídia Impressa* (2008), são obras mais atualizadas que a citada em relação ao uso de softwares. Entretanto, com relação à diagramação, esses livros tratam primordialmente da parte técnica e não da teórica, objeto de interesse nessa etapa da pesquisa.

Apesar disso, as leis gerais de unidade e ritmo possuem definições que as caracterizam como tais. Para Collaro,

A unidade é fator preponderante em um layout, destacando o aspecto compositivo no que tange a harmonia das forças tipológicas e ilustrativas relacionadas à estética. Analisamos a unidade levando em conta a escolha dos caracteres, ilustrações, formatos relacionados com a caracterização do projeto. (COLLARO, 2000, p. 114)

Já ritmo recebe a seguinte definição:

Definimos como ritmo a sucessão harmoniosa dos movimentos do layout, levando em conta o jogo de valores necessários e a compreensão dos mesmos, sem dar a entender ao receptor a viabilidade de destaque das mensagens contidas no projeto. (COLLARO, 2000, p. 115)

Essas leis gerais estabelecidas por Collaro, no entanto, pouco ajudam para a análise prática de um projeto gráfico quando não possuem a complementação das leis específicas. Para cumprir esse papel serão utilizados os quatro princípios básicos de design, estabelecidos pela autora norte-americana Robin Williams em seu livro *Design para quem não é designer*: proximidade, alinhamento, repetição e contraste.

Esses princípios foram escolhidos porque, embora o livro de Williams tenha sido publicado pela primeira vez em 1994 e com enfoque em um público leigo, suas idéias ainda são bem aceitas no meio acadêmico. É por isso que o livro está em sua terceira edição revista e ampliada nos Estados Unidos. A idéia é que ele se mantenha atualizado em relação aos softwares e à estética, já que seu conteúdo base continua o mesmo. Para esse trabalho, no entanto, será utilizada a segunda edição revista e ampliada, pois essa é a mais recente publicada no Brasil até o momento.

3.1 A PROXIMIDADE NA REVISTA SET

Como o próprio nome indica, o princípio da proximidade estabelecido por Williams afirma que: “Itens relacionados entre si devem ser agrupados. Quando vários itens estão próximos, tornam-se uma unidade visual integrada, e não várias individualizadas. Isso ajuda a organizar as informações, reduz a desordem e favorece ao leitor uma estrutura clara” (WILLIAMS, 2005, p. 13).

Esse princípio é facilmente perceptível quando se observa a diagramação de todas as páginas relacionadas ao Oscar até 2007, quando a revista era organizada a partir dos indicados. No ano de 2007, inclusive, pode-se observar que, embora os textos sigam

diferentes direções de leitura e as fotos tenham tamanhos diversos, a proximidade esclarece para o leitor que se trata de uma mesma categoria (ver Figura 1)¹⁷.

Embora pareça simples, esse princípio deve ser observado sempre. Na revista de 2006, por exemplo, embora os indicados ocupem o mesmo espaço que em 2007 (duas páginas), eles estão mais distantes (ver Figura 2), o que pode acabar por confundir o leitor. Nesse caso, os filmes *O Segredo de Brokeback Mountain* e *Munique* aparecem distantes dos outros. O primeiro, inclusive, é afastado dos demais por um box sobre o filme *Marcas da Violência*, que não foi um dos indicados ao prêmio. Esse box possui cor diferenciada e corta a página verticalmente.

Em ambos os casos, é perceptível a intenção de destacar um filme específico. A proximidade, no entanto, causa efeitos distintos de compreensão. No primeiro exemplo, a maior foto, a posição central e o texto mais próximo ao título indicam uma preferência pelo filme *Babel*. Nesse ano, o filme vencedor foi *Os Infiltrados* que, de acordo com Collaro, também está em uma posição privilegiada da página, o canto superior esquerdo (COLLARO, 2000, p. 143).

No segundo caso, a indicação da categoria Melhor Filme não só está próxima como sobrepõe a foto de *O Segredo de Brokeback Mountain*. A partir daí, o leitor pode interpretar que o filme será o vencedor da categoria, como se a revista soubesse do resultado. Além disso, o filme *Munique* também aparece separado dos outros. Sua posição na página privilegia o comentário feito sobre o filme, como se ele estivesse em segundo lugar na preferência da Academia ou fosse recomendado pela revista. Vale lembrar que o vencedor do Oscar de Melhor Filme em 2007 foi *Crash – No Limite*.

Com base nessas observações, é possível notar que a proximidade – e a falta dela – possuem significados para o leitor. Para Williams isso ocorre por que

O conceito de proximidade não significa que tudo precise estar próximo; significa que os elementos logicamente conectados, com algum tipo de ligação, também deveriam estar visualmente conectados. Outros elementos separados ou conjuntos de elementos não deveriam estar juntos. A proximidade ou a falta de proximidade indica a relação. (WILLIAMS, 2005, p. 21)

Esse tipo de relação possui um caráter informativo, diretamente relacionado com a maneira como se seleciona a informação para o texto. Décio Pignatari em *Informação, Linguagem, Comunicação* tratava a informação através de uma perspectiva textual, mas sua definição pode ser aplicada também à seleção de elementos gráficos.

¹⁷ Todas as figuras mencionadas nesse capítulo estão presentes no Apêndice A – Observação dos princípios gráficos básicos com base em imagens.

A idéia de informação está sempre ligada à idéia de seleção e escolha. Informação, aqui, se refere, não a que “espécie de informação”, mas a “quanta informação”. Só pode haver informação onde há dúvida e dúvida implica a existência de alternativas – donde escolha, seleção e discriminação. (...) Informação, pois, pode ser entendida como instruções seletivas. (PIGNATARI, 2003, p. 48)

Esse mesmo tipo de seleção de informação ocorre nas demais escolhas gráficas, conforme será visto a seguir.

3.2 O ALINHAMENTO NA REVISTA SET

A importância do alinhamento acontece também em cada página, mas, principalmente, na totalidade da matéria jornalística. Ela é explicada por Williams da seguinte maneira:

Quando os itens são alinhados na página, há uma unidade mais coesa, mais forte. Mesmo quando os elementos alinhados estiverem fisicamente separados uns dos outros, se estiverem alinhados, haverá uma linha invisível conectando-os, tanto em relação aos seus olhos quanto à sua mente. Apesar de posicionar alguns elementos separadamente, indicando suas ligações de acordo com o princípio da proximidade, é o princípio do alinhamento que avisará ao leitor que, mesmo não estando próximos, os itens fazem parte do mesmo material. (WILLIAMS, 2005, p. 31)

Isso significa que o alinhamento é essencial para conferir unidade ao conteúdo apresentado, fazendo com que o leitor compreenda tratar-se de um mesmo texto e, ao mesmo tempo, relacione o conteúdo ao padrão esperado da publicação.

Exemplos dessa coesão interna podem ser encontrados em todos os exemplares analisados, mas mais facilmente no caso de textos mais extensos, como os presentes nas edições de 2008 e 2009. Nesses casos, o conteúdo foi apresentado de forma fragmentada.

Em 2008 (ver Figura 3), foram abordadas as personalidades do Oscar. O alinhamento dos elementos funciona de duas maneiras. Os textos surgem de forma justificada e com a última linha alinhada à esquerda, formando blocos retangulares. Além disso, eles são acompanhados de imagens também retangulares e com cantos retos. Esses dois elementos, quando observados como conjunto, formam quadrados ou retângulos retos. Essas formas rígidas são ainda, em alguns momentos, acentuadas por grossos fios pretos.

Ao mesmo tempo, os títulos, intertítulos e gravatas aparecem de uma maneira fluida. Os títulos e intertítulos são alinhados à esquerda, mas sua tipografia se destaca e dá leveza ao material. As gravatas, no entanto, apresentam posições diversas. Elas indicam a categoria em que a pessoa concorre e qual filme representa. Esse aspecto, assim como a importância dessa diferenciação, será observado de maneira mais aprofundada no item 3.4 dessa análise (ver página 26).

Na revista de 2009 (ver Figura 4), por sua vez, a equipe editorial formulou diversas perguntas que considerou relevantes para que o leitor compreendesse o Oscar de uma forma mais ampla. Nesse caso, é possível observar que a variação no uso das cores não prejudica a percepção de que se trata de um mesmo texto. A posição dos títulos em relação aos textos é sempre a mesma e as imagens aparecem de forma ordenada, sempre com a mesma medida horizontal quando se trata de uma coluna ou a mesma medida vertical quando se trata de uma linha de imagens.

Esse rigor no alinhamento é essencial para que a unidade entre as páginas não seja prejudicada. Além disso, a organização dos elementos é estabelecida esteticamente através do alinhamento o que, de acordo com Marcelli, é determinante para a compreensão.

O design assume o papel de dar forma ao sentido, de dispor as informações na página, otimizando a decodificação pelo receptor. É a etapa final do processo de construção de uma página, já que numa edição preliminar, sob aspectos editoriais, o jornalista/editor (profissional da comunicação), estabelece a hierarquia das notícias que serão ali expostas. (MARCELI, 2006, p. 12)

3.3 A REPETIÇÃO NA REVISTA SET

“O princípio da repetição afirma que algum aspecto do design deve repetir-se no material inteiro” (WILLIAMS, 2005, p. 49). Entre esses aspectos, a autora cita como exemplos: fontes (tipografia), linhas (fios), sinais de tópico, elementos gráficos, formatos específicos e relações espaciais. O uso desse aspecto é justificado, pois

A repetição de elementos visuais no design unifica e fortalece o material, agrupando partes que seriam separadas. O recurso da repetição é muito útil em peças de uma só página e é essencial em documentos de muitas páginas (nesse caso significa consistência). (WILLIAMS, 2005, p. 62)

Além disso, a importância da repetição é evidenciada em *Manual de Roteiro, ou Manuel, o primo pobre dos manuais de cinema e TV*, de Leandro Saraiva e Newton Cannito, onde todo o último capítulo é dedicado à repetição, a qual pode ser responsável por antecipar situações, caracterizar personagens ou relações, demarcar objetivos e provocar digressões.

Nossa sensibilidade e inteligência serão estimuladas pelas relações entre os elementos que a compõem. Funcionamos, assim, buscando padrões de repetição e variação. Por isso existe a matemática, a cerâmica marajoara ou a coreografia. Um artista é um sujeito capaz de criar formas, padrões que provoquem o interesse de seus semelhantes. (SARAIVA; CANNITO, 2004, p. 207)

Ou seja, a repetição, além de unificar o material, conferindo uma identidade a ele, também é responsável por causar interesse em seu público-alvo, seja ele um leitor, como no

caso de uma revista ou um livro, seja ele um espectador, como em um filme ou um programa televisivo.

A construção de significado obtida através da repetição, dessa maneira, auxilia na expressão do enfoque do texto publicado – com a identidade conferida às páginas da matéria – e procura aproximar a revista de seu público-alvo esperado, atraindo potenciais leitores com elementos visuais.

Na edição de 2001 (ver Figura 5), as páginas destinadas aos prêmios de Melhor Ator Coadjuvante e Melhor Atriz Coadjuvante demonstram a existência de um rigor na repetição dos elementos, afinal, a semelhança estrutural é tão marcada que as páginas quase funcionam como “espelhos”.

Nessas páginas estão repetidos: o esquema de cores, as fontes, a disposição das fotos, os fios, o posicionamento dos boxes, todas as características da vinheta que faz a indicação da categoria, o tamanho dos textos e até, de certa forma, a posição dos indicados considerados como favoritos em suas respectivas fotos, que aparecem em tamanho maior, ocupando praticamente toda a metade superior da página.

A edição do ano seguinte (2002) possui diversas semelhanças (ver Figura 6). O fio presente abaixo do nome dos indicados e as fotos com texto sobreposto, por exemplo. Entretanto, a repetição dos elementos não foi tão eficiente quanto em 2001. Embora o nome da categoria esteja escrito na mesma posição em ambas as páginas, a vinheta indicando que se tratar do Oscar 2002 está apenas na página da esquerda (referente à categoria de Melhor Ator Coadjuvante), o que pode confundir o leitor.

Outro aspecto que se difere é o posicionamento da foto da atriz Jennifer Connely, considerada favorita para o prêmio. A imagem colocada na parte inferior da página da direita acaba atraindo pouca atenção. O fundo mais claro da foto se diferencia das demais imagens selecionadas para a matéria, que possuem fundo escuro, como a observada na página ao lado.

Assim, além da revista perder apelo com um público que seria atraído por uma foto em destaque da atriz, é provável que um leitor menos atento demore a encontrar qual a categoria em que aquelas pessoas se enquadram.

Ou seja, as páginas possuem diversos elementos repetidos, tais como, tipografia, cores, fios e até a maneira como foram posicionadas as fotos dos demais concorrentes (em posições diversas dentro da categoria, mas formando um paralelo entre as páginas observadas). Mas a repetição não obteve igual sucesso.

A escolha sobre quais elementos devem se repetir e quais devem ser suas características é realizada no momento de elaboração do projeto gráfico. Um projeto gráfico

eficiente, por sua vez, é aquele capaz de aproximar a revista de seu público, conforme afirma Marília Scalzo em seu livro *Jornalismo de Revista*.

É o universo de valores e de interesse dos leitores que vai definir a tipologia, o corpo do texto, a entrelinha, a largura das colunas, as cores, o tipo de imagem e a forma como tudo isto estará disposto na página. Por isso, o projeto gráfico tem que estar inserido num contexto editorial mais amplo. (SCALZO, 2006, p. 67)

3.4 O CONTRASTE NA REVISTA SET

Para Williams, o contraste “costuma ser a mais importante atração visual de uma página” (WILLIAMS, 2005, p. 13). Ainda de acordo com a autora, isso faz com que ele seja um elemento essencial quando se trata de fazer um leitor olhar para a publicação.

O contraste é um ponto crítico na organização das informações; o leitor sempre deveria ser capaz de, à primeira passada de olhos sobre um material, compreender imediatamente o que ele representa. (WILLIAMS, 2005, p. 66)

O contraste em uma peça gráfica pode ocorrer de diversas maneiras, tais como: com relação ao tamanho e estilo das fontes; à espessura dos fios; às diferentes cores; às diferentes texturas; à direção dos elementos (horizontais, verticais ou diagonais); ao espaçamento entre linhas; ao espaçamento entre caracteres; e ao tamanho das figuras.

Em seu livro *Psicodinâmica das Cores em Comunicação*, Modesto Farina comenta o bom uso do contraste. Ele afirma que alguns artistas utilizam esse princípio para causar tensão, provocando uma “luta de forças antagônicas”. Outros, no entanto, evitam o contraste numa tentativa de trazer harmonia ao trabalho, algo que o autor considera inadequado.

(...) essa mesma harmonia pode ser determinante de uma falta de vivacidade e não ocasionar aquilo que mais interessa ao artista: causar impacto e, por meio de uma forte tensão emocional, atrair a atenção do espectador e transmitir-lhe a mensagem desejada. Às vezes, o choque entre cores contrastantes pode ser uma coordenação de valores que atua de forma mais harmônica no conjunto do que o conjunto de cores realmente harmoniosas. (FARINA, 2006, pp. 73 e 74)

Com isso, o autor expressa não somente que o contraste deve ser utilizado para atrair visualmente, mas sua importância na hierarquização das informações. Esse aspecto também foi observado por Williams, quando a autora tratou a utilidade prática do contraste.

O propósito básico do contraste é duplo, e seus dois objetivos são unificados. Um deles é criar interesse sobre uma página; se ela tiver uma aparência interessante, atrairá mais a leitura. O outro é auxiliar na organização das informações. O leitor deveria ser capaz de compreender instantaneamente a maneira pela qual as informações são estruturadas, o fluxo lógico de um item para o outro. Os elementos contrastantes nunca deveriam confundir o leitor ou criar um foco que não seja o correto. (WILLIAMS, 2005, p. 78)

Em todas as imagens apresentadas até o momento, é possível perceber o uso do contraste, pois todos os princípios gráficos básicos aparecem de forma associada.

No caso das figuras 1 e 2, os favoritos para a categoria de Melhor Filme eram evidenciados não somente pela proximidade dos elementos, mas também pelo alinhamento entre eles e por suas repetições. O contraste entre os tamanhos das imagens é grande em ambas as edições da revista. Na primeira (de 2007), o favorito é evidenciado também pelo tamanho dos nomes dos filmes e na segunda (de 2006), as cores mais fracas tornam menos perceptíveis os filmes que não estão em destaque.

Já nas imagens 3 e 4, a identidade visual dos textos publicados, respectivamente, em 2008 e 2009 se dá não somente através do alinhamento. Ela é evidenciada com a proximidade que em 2008 é marcada pelo distanciamento feito por fios grossos e que em 2009 beira a sobreposição. A repetição das cores e de outros elementos gráficos também garante a identidade visual da página. Quanto ao contraste, na Figura 3 ele é marcado pela oposição entre branco e preto – o primeiro utilizado no fundo da página e o outro nos elementos gráficos – e pela diferença no estilo das três fontes utilizadas (manuscrita para os títulos, não serifada para as gravatas e destaques, e serifada para os textos). Outro elemento de contraste acontece através da delicadeza expressa pela fonte de características manuscritas e os ângulos retos e fios grossos que possuem pouca ou nenhuma suavidade.

Nas figuras 5 e 6, por sua vez, a organização da página ocorre não somente porque seus elementos estão repetidos, mas porque eles possuem uma proximidade e um alinhamento que auxiliam na lógica do entendimento. Na revista de 2001 (Figura 5), o contraste entre os tamanhos das fontes dos títulos e os tamanhos das imagens indica claramente os favoritos das categorias observadas. Além disso, os boxes intitulados “Se o mundo fosse justo...” ficam claramente separados dos indicados devido a sua cor diferenciada. Já na revista de 2002 (Figura 6), o contraste acontece não só com o tamanho das imagens. O peso da fonte é alterado entre normal e negrito para destacar informações como as palavras “ator” e “atriz” presentes nos nomes das categorias, além do sobrenome dos indicados.

Outro exemplo, na revista SET, de como o contraste influencia na construção de significado pode ser visto quando se trata de uma página repleta de texto, como ocorre nas que são dedicadas às demais categorias do Oscar. Essas categorias não estão entre as principais por escolhas editoriais e, assim, não receberam um espaço exclusivo onde seus indicados são apresentados.

Na edição de 2001 (ver Figura 7), ocupam uma única página os indicados a diversas categorias, na seguinte ordem: Filme Estrangeiro, Roteiro Original, Roteiro Adaptado,

Fotografia, Montagem, Direção de Arte e Cenários, Figurino, Maquiagem, Documentário, Documentário de Curta-Metragem, Trilha Sonora, Canção, Efeitos Sonoros, Efeitos Especiais, Curta-Metragem, Curta de Animação e Som.

Para a página possuir uma aparência organizada, o nome de cada categoria aparecia com uma fonte de peso maior (negritada) e em tamanho maior que o nome dos indicados. Também foi colocado um marcador quadrado de cor vermelha antes do nome de cada categoria. Os nomes dos indicados, por sua vez, apareciam lado a lado, separados por espaços vazios e um marcador preto em formato de estrela. Além disso, foi mantido um espaço vazio antes do nome da categoria seguinte.

Assim, os leitores podem localizar uma categoria específica sem dificuldade, pois os nomes das categorias receberam destaque. Além disso, o marcador de tamanho grande entre os nomes dos indicados favorece a separação dos nomes. Entretanto, um leitor que procure um nome específico sem conhecimento da categoria poderia ter dificuldades para encontrá-lo. Uma solução para esse problema seria posicionar cada nome em uma linha de texto, mas por uma questão de espaço disponível, essa medida não seria possível sem que o tamanho da fonte fosse alterado, prejudicando a leitura e alterando o padrão da revista.

Na revista SET de 2005 (ver Figura 8), as categorias apresentadas na última página da matéria sobre a premiação do Oscar aparecem na mesma ordem que em 2001, com a inclusão da categoria de Longa-Metragem de Animação entre as categorias de Filme Estrangeiro e Roteiro Original.

Essa página possui diversas semelhanças com a anterior, como o nome dos indicados postos lado a lado, o espaço em branco entre as categorias e a fonte maior utilizada para destacar o nome das categorias.

O contraste nessa página, no entanto, é menor do que na anterior. Isso acontece porque nem todas as palavras que indicam o nome das categorias foram negritadas. Dentro do padrão utilizado, não foram utilizados espaços entre as palavras e foram ressaltadas apenas a segunda e a quarta palavra, resultando em um destaque errôneo.

Ou seja, quando o nome da categoria continha apenas uma palavra ele não foi negritado, tornando essa categoria menos valorizada que aquelas com nomes maiores. Outro problema pode ser visto em categorias como Edição de Som e Curta de Animação, onde a palavra “de” foi negritada, sendo que ela não traz qualquer acréscimo de significado à informação.

Esse problema de contraste seria facilmente solucionável trocando o padrão. Ao invés de serem negritadas as palavras em posição par, negritar as palavras de posição ímpar. Outra

medida seria negritar apenas uma palavra por categoria, aquela que a equipe da revista considerar a mais importante para a compreensão. Essa segunda solução talvez seja dificultada pela opção de não utilizar espaços entre as palavras.

Outro aspecto que pode ser observado nessa página é que na fonte utilizada para o nome dos indicados há uma grande diferença quando se trata do filme onde a pessoa trabalhou. A variação itálica da fonte se diferencia da regular não somente na inclinação, mas por ser mais condensada e ter alguns caracteres diferenciados, como o “e”. Na edição de 2001 (Figura 7), a inclinação da fonte que indica o nome dos filmes é pequena, tornando mais difícil para o leitor separar o nome do indicado e o nome do filme. Essa diferenciação é essencial quando se trata de uma página composta quase exclusivamente de textos e é ainda mais importante quando são tópicos, pois, nesse caso, a compreensão precisa ser mais rápida.

Dessa forma, pode-se dizer que juntos, proximidade, alinhamento, repetição e contraste, desde que utilizados corretamente, são responsáveis por fazer visualmente a hierarquização das informações conforme prevista pela equipe editorial da revista, além de auxiliar a publicação ao atrair leitores, destacando o que é mais importante no texto produzido.

4 AÇÕES GRÁFICO-EDITORIAIS NA REVISTA SET

“Todo ato de informação ou comunicação implica intenções e responsabilidades”. Para Luciano Guimarães (2003, p. 91), existem diversos níveis de intenções e responsabilidades que resultam ora em geração de informação, compreensão e formação, ora em desinformação, incompreensão e deformação.

Embora o trabalho do autor seja dedicado ao uso da cor, a afirmação não deixa de ser verdadeira para todos os atos informativos (nomenclatura de Guimarães). Quando em conjunto – como será observado nos tópicos a seguir – essas escolhas gráficas e editoriais podem somar intenções, dividir responsabilidades ou amenizar possíveis falhas de uma das partes. Para tanto, serão observados conceitos do próprio Luciano Guimarães que classificou os gestos de informação em ações negativas (saturação, redução, neutralização, omissão/sonegação, dissonância, maquiagem/camuflagem, falseamento e deformação) e em ações positivas (antecipação, discriminação/diferenciação, condensação/intensificação), seguindo essa mesma ordem de apresentação.

O próprio autor, no entanto, afirma que a separação entre ações positivas e ações negativas não deve ser demasiadamente rígida, pois essa divisão foi realizada com base em julgamentos do processo de comunicação.

Ações corretas positivas, corretas negativas, incorretas positivas e incorretas negativas são possibilidades do uso da cor-informação, de limites por vezes nítidos, outras por demais tênues, principalmente por depender do compartilhamento ou não do ponto de vista moral, ético e repertorial entre o emissor e o receptor daquela informação. O julgamento dessas ações se torna mais difícil quando consideramos que uma notícia publicada é resultado de autoria múltipla (repórter, fotógrafo, editor, diretor de arte, chefe de arte, diagramador etc.). (GUIMARÃES, 2003, p. 91-92)

Dessa forma, embora sejam realizadas diversas remissões diretas aos conceitos de Guimarães, as ações gráfico-editoriais não serão divididas entre positivas e negativas durante esse trabalho. A ordem original de apresentação dos conceitos, conforme apresentada acima, inclusive, sofreu ligeiras alterações. Essas mudanças não resultaram em transformações conceituais dos termos, servindo apenas para beneficiar a fluidez do texto.

Para uma revista que trata sobre cinema, onde aspecto visual é bastante relevante, essa relação entre o texto escrito e os elementos gráficos é ainda mais acentuadamente importante para o público leitor e, de acordo com Cremilda Medina, para os próprios profissionais da área jornalística.

O cinema, assim como as demais expressões artísticas, representa o mapa simbólico de sociedade, cultura e mito. A obra de arte oferece pistas da realidade social, espelha marcas de identidade cultural e transcende as circunstâncias pelo desejo mítico de outra história. Aquele jornalista que vai ao encontro desse território

também desenhará um mapa. Na produção de sentidos sobre a experiência contemporânea, a reportagem se enriquece com o gesto da arte. O repórter se abre para o mundo ao se aproximar da arte. O artista, parceiro de fina sintonia com seu tempo e intérprete profundo da voz coletiva, cria a narrativa solidária, competente e inovadora. Muito se debate, por exemplo, sobre a fronteira rígida entre Jornalismo e Literatura, mas sem a partilha afetuosa entre jornalista e poeta não se fundem na comunicação social a ética, a técnica e a estética. (MEDINA, 2007, p. 23)

Além disso, deve-se observar que nos capítulos anteriores foram tratados assuntos que possibilitam uma análise mais aprofundada da intencionalidade dos atos de comunicação apresentados a seguir. Afinal, é preciso ter uma base de conhecimento sobre o período estudado, o assunto da cobertura, os objetivos da cobertura e, também, sobre como os aspectos visuais participam da construção de significação durante o processo de leitura (e produção) de uma publicação.¹⁸

4.1 ANTECIPAÇÃO

Como já foi mencionado, a cobertura da revista SET a respeito do Oscar acontece antes do prêmio, procurando por possíveis favoritos, injustiças, azarões etc. Esses aspectos são relativos aos textos produzidos, mas também aparecem na organização das páginas, revelando a hierarquização de informações apontada no capítulo anterior.

Além disso, a antecipação gráfica da revista ocorre na escolha de elementos como os fios, a tipografia e as cores. Isso acontece porque é necessário manter, durante todo o espaço destinado à cobertura, uma unidade coerente não somente entre as páginas, mas relacionada com o que se espera da cerimônia. Trata-se de um evento de gala, com grandes investimentos em cenário e iluminação e que possui uma platéia vestida com o que há de mais recente na indústria da moda, a qual mantém um diálogo constante com o cinema.

O aspecto gráfico da publicação ganha importância nessa questão, pois chega antes aos olhos do leitor, de maneira que acaba sendo percebido antes mesmo que o conteúdo escrito da cobertura.

Podemos considerar que a cor se antecipa aos outros códigos e delimita um número de significantes retirados de seu repertório. Na seqüência, os outros sistemas são recebidos à luz desse repertório delimitado pela cor e somente um será concretizado, direcionando a interpretação da notícia. Quanto mais força uma cor-informação tiver dentro do repertório (principalmente pela repetição), maior será a brevidade da sua recuperação pela memória e maior a antecipação no direcionamento da mensagem. (GUIMARÃES, 2003, p. 125)

¹⁸ A maior parte dos conceitos observados a seguir pode ter a compreensão facilitada através da leitura do Apêndice B - Observação das ações gráfico-editoriais a partir de imagens.

Essa antecipação gráfica tem conseqüências na forma como o texto será interpretado, uma vez que cores, formas, tipografias e fotografias participam diretamente da construção da compreensão da informação pelo leitor.

Considerando-se que as mensagens jornalísticas são formadas pela sobreposição de ao menos dois sistemas de códigos (texto, imagem, som), com inter-relações totalizantes em que cada sistema exige percursos diferentes na percepção e na cognição, fica evidente que um sistema pode interferir na forma como o outro será interpretado. (GUIMARÃES, 2003, p. 125)

A princípio, os elementos que remetem diretamente ao Oscar são cores como o vermelho (do tapete vermelho e das poltronas do cinema), amarelo (uma forma de representação do dourado da estatueta), o preto (símbolo de elegância que também pode ser relacionado à película dos filmes), além de símbolos como a própria estatueta, a película, o Kodak Theater (esse sendo um símbolo mais recente, uma vez que a cerimônia acontece nesse local desde 2002), a iluminação com focos (tipicamente teatral, mas relacionada à elegância e à premiações), entre outros.

A presença dessas características faz com que o leitor compreenda imediatamente que aquelas páginas tratam sobre o Oscar, mesmo que ele não tenha aberto a revista na página inicial da matéria ou sequer lido o texto. É a forma mais perceptível e, talvez, a mais necessária de antecipação gráfica para uma publicação. Esse tipo de relação acontece com diversas temáticas.

Jornais, assim como revistas, fazem parte de uma identidade social, e quando segmentados assumem mais claramente esse papel. Tal ocorre porque seu público-alvo está previamente inserido no contexto da mensagem que tal publicação irá reproduzir. Ou seja, o interlocutor já é conhecido e, assim, a forma de comunicação se torna pré-estabelecida. O design é responsável pelo discurso visual da mensagem. *Imagem + texto* reforçam entre si a mensagem que carregam. (MARCELI, 2006, p. 19)

Dessa forma, é possível afirmar que uma revista especializada está mais próxima de seu leitor, pois é capaz de antecipar elementos de maneira mais segura, uma vez que a compreensão depende do leitor.

Um exemplo de antecipação pode ser observado na revista SET de 2000. A diagramação da revista deu destaque para as cores amarelo e preto, com detalhes em um tom escuro de vermelho. Além disso, no canto esquerdo superior das páginas pares, foi colocada uma representação da estatueta com o número 2000 ao lado, indicando facilmente o assunto tratado.

Considerando a dinâmica atual para a exibição e o consumo de notícias, a antecipação e o direcionamento da informação podem ser usados principalmente para o melhor aproveitamento do tempo. O leitor ou telespectador, imediatamente informado sobre o tema, o enfoque ou o objeto tratado pela notícia, direciona o esforço de compreensão para os outros códigos, principalmente para o texto verbal

escrito ou oral. Portanto, a *antecipação* é uma importante contribuição da cor para a compreensão da notícia. (GUIMARÃES, 2003, p. 125-126)

Esses elementos, no entanto, acabam por se tornar óbvios demais, principalmente quando repetidos com frequência. O significado simbólico da cor perde em importância quando é esperado. Para atrair os leitores, é importante que uma publicação – principalmente uma especializada – traga novos códigos para referenciar o assunto, mostrando atualização, sem, contudo, descaracterizar o material.

Será de responsabilidade dos jornalistas e designers alimentar o repertório cromático disponível e mantê-lo organizado, atualizando e hierarquizando para a atualização imediata mediante estímulos como o contexto de emissão da mensagem. Deve-se ainda evitar a redução desse repertório, por mais que pareça conveniente para o seu domínio, para não correr o risco de limitar a informação a níveis primitivos. Parte desse repertório deve ser renovado constantemente, descartando ou jogando para um plano secundário os referentes que não são mais necessários para o noticiário em pauta. (GUIMARÃES, 2003, p. 126)

Como exemplo, é possível citar as revistas de 2004 e 2005. Na primeira, foram utilizadas partes diversas da estatueta ao lado do nome das categorias principais para indicar que o material é sobre o Oscar, mas em nenhum momento aparece a estatueta por inteiro. A cor predominante na diagramação foi o cinza, fugindo do óbvio (vermelho, amarelo e preto), mas mantendo um aspecto elegante, auxiliado pelas escolhas tipográficas e pelo posicionamento inovador das fotografias em destaque, que vão do topo ao fim da página, sem apresentar margens brancas, e ultrapassando o limite entre as páginas.

Já em 2005 a escolha das cores não foi tão bem sucedida. No canto superior esquerdo das páginas pares foi colocada a palavra “oscar” escrita de baixo para cima, com a primeira letra em amarelo e as demais numa tonalidade clara de azul; ao lado da palavra, uma imagem da estatueta alterada com uma tonalidade escura azul-violetada. Um efeito semelhante ao da figura apresentada pode ser obtido com o uso de *softwares* de tratamento de imagem, através da função que troca as cores por suas opostas no espectro cromático, o chamado negativo. A partir daí, não é difícil perceber que o uso do azul, presente em alguns detalhes da diagramação, afasta a percepção de que se trata da cobertura do Oscar.

O uso dessa cor, no entanto, não é totalmente desprovido de propósito. Entre os filmes indicados nesse ano está *O Aviador*, dirigido por Martin Scorsese e estrelado por Leonardo DiCaprio. O filme tem sua imagem em destaque nas categorias de Melhor Filme, Melhor Diretor e Melhor Atriz Coadjuvante e, além disso, o editorial da edição é dedicado a Leonardo DiCaprio, ator hostilizado por alguns cinéfilos devido a seu papel em *Titanic*. Ao final do editorial, inclusive, o diretor de redação Roberto Sadovski conclui: “Faça como Scorsese. Dê uma chance a Leo”.

4.2 DISCRIMINAÇÃO/DIFERENCIAÇÃO

A definição de discriminação e diferenciação dada por Luciano Guimarães se assimila muito ao conceito de contraste já observado.

A discriminação ou diferenciação cromática compõe uma das ações positivas da cor mais utilizadas. É por meio dela que um projeto pode estabelecer diferenças, contribuir para a organização das informações, selecionar a parte do todo e ressaltá-la, criando hierarquias tanto em níveis de importância quanto em seqüência de leitura. Por extensão, a discriminação contribui para relacionar elementos que não são apresentados simultaneamente, criando vínculos entre essas informações, o que facilita a identidade visual de alguns produtos. (GUIMARÃES, 2003, p. 129)

Como já foi explicado anteriormente, uma ação contrastante (ou de discriminação, ou de diferenciação) tem um significado maior que tornar a página atraente. Ela contribui para a organização e hierarquização de informações, dando ritmo e unidade ao material.

Outro aspecto importante do contraste leva em consideração o formato da publicação – no caso, uma revista. Por se tratar de um meio bidimensional e com uma qualidade de impressão muitas vezes falha, Guimarães aponta que revistas e, principalmente, jornais não podem oferecer a seus leitores percepções adequadas de volume e de profundidade de plano, assim, o contraste se torna ainda mais importante para que o leitor possa diferenciar informações que ocupam espaços similares.

Para mais informações sobre a construção de significado do contraste, ver o item 3.4 (página 26).

4.3 CONDENSAÇÃO E INTENSIFICAÇÃO

A condensação e a intensificação formam o último dos conceitos de ação positiva identificados por Guimarães. Para ele, a condensação é uma concentração da essência do discurso da mídia, capaz de gerar a intensificação, definida da seguinte forma:

(...) a intensificação acontecerá quando as cores contribuirão para a obtenção de uma mensagem de maior visibilidade e que dê maior veemência ao tema abordado. Trata-se de um reforço da idéia central, ampliada em contraste ao máximo. A intensificação tende a chamar o leitor para a existência simbólica da cor e para a forma como a composição visual foi trabalhada com a finalidade de relacionar cor e mensagem. (GUIMARÃES, 2003, p. 137)

Ou seja, o autor supõe a existência de um momento onde a questão gráfica – principalmente através da cor, seu objeto de estudo –, seja capaz de se sobressair de uma forma que seu significado intencional seja claro, ao mesmo tempo em que auxilia na transmissão da informação desejada.

Esse tipo de intenção, no entanto, pressupõe uma determinada bagagem cultural do receptor. Assim, esse recurso se torna particularmente útil em peças publicitárias que procuram atingir um público específico e, também, em materiais de conteúdo satírico ou opinativo.

A densidade adquirida não é restrita a um aspecto resumido, mas ao todo ampliado. A recepção da cor-informação condensada deve propor uma ampliação do discurso e abrir conexões com o imaginário. O leitor ou telespectador participará da elaboração da notícia, pois, no primeiro contato com a cor-informação, ele atualizará valores, convicções, histórias e experiências armazenadas em sua memória. (GUIMARÃES, 2003, p. 135)

É justamente essa capacidade de interpretar os elementos gráficos que permite ao leitor perceber o favoritismo direcionado ao filme *O Aviador* em 2005. Aparentemente, a equipe da revista SET não pretendia esconder essa preferência – tanto que ela foi expressa no editorial – mas preferiu não se referir diretamente a ela nos textos de cobertura que, a princípio, não procuram apontar melhores e piores de acordo com a opinião do jornalista (de forma que nenhum dos textos analisados sobre o Oscar é assinado), mas apenas informar sobre quem são os principais indicados e apontar quais são os grandes favoritos ao prêmio da Academia.

Outro exemplo que pode ser mencionado é a escolha do posicionamento das fotos na revista de 2007. Embora haja sempre uma foto maior indicando um possível favorito ao prêmio, os tamanhos são mais similares que nos anos anteriores e a proximidade entre todas as imagens ajuda a diminuir a impressão de favoritismo. Essa aparente indecisão visual é justificada logo na abertura do conteúdo sobre o Oscar.

Babel! Os Infiltrados! E onde foi para *Dreamgirls* entre os indicados para melhor filme? Não tem jeito. A cada ano, quando chega o momento de descobrir quem concorre a uma estatueta dourada (a festa será no próximo dia 25), sobram surpresas. Não importa o que os “especialistas” apontem, nem sempre os cinco nomes são os mais óbvios, os mais festejados, os que mais merecem. Mais engraçado ainda é ver as notícias online, segundos após a divulgação dos indicados, mostrando *Dreamgirls* como “favorito” apenas pelo número de indicações (foram oito, inclusive três na categoria de melhor canção, nenhuma para os prêmios mais “nobres” da noite). Se fosse para assinalar um favorito, seria *A Rainha* (filme, diretor, atriz e roteiro original, entre outros). Ou até mesmo *Os Infiltrados* (filme, diretor, roteiro adaptado). Na verdade, se um filme levar todos os Oscar a que foi indicado, seriam no máximo seis estatuetas para enfeitar seu pôster – o que pode acontecer com *A Rainha*, com *Babel*, com *Dreamgirls* ou com a grande surpresa da noite: *O Labirinto do Fauno*. Ou melhor, surpresa nenhuma, já que o longa de Guillermo Del Toro foi um dos poucos que mais bem representou o poder da narrativa cinematográfica em 2006. (SET, 2007, p. 19)

Dessa forma, é possível observar que, através de um gesto comunicativo gráfico direto, existe um conteúdo a ser assimilado pelo leitor, o que leva em consideração a observação de Herom Vargas: “Se atualmente a notícia virou rótulo de um produto bem

desenhado, que se produza algo de consistência dentro dessa embalagem colorida consumida pelo público” (VARGAS, 2004).

4.4 REDUÇÃO

Se a condensação caracteriza uma ação dita positiva, onde a informação é apresentada de maneira gráfica e sem a necessidade de apoio no texto, a redução representa justamente sua oposição conceitual. Essa ação gráfico-editorial já foi mencionada, de certa forma, quando se tratou da antecipação. Afinal, os elementos relacionados com frequência a um determinado assunto acabam por se tornar óbvios, perdendo uma carga de significado mais profunda.

A redução do número de significantes e significados das cores corresponde a uma simplificação dos símbolos utilizados que serve para garantir a maior sobreposição de repertórios. A utilização repetida da mesma carga semântica de uma cor vai estereotipá-la e aprisioná-la a um conteúdo único. Acostumado àquela ligação entre cor e significado reduzido, o receptor pode estranhar a mensagem em que a cor faça outra referência, por mais contextualizada e adequada que seja a relação entre a informação como um todo e a cor como parte dela. (GUIMARÃES, 2003, p. 102)

No caso da temática cinematográfica, cores como vermelho, amarelo e preto podem ser relacionadas com todo o tipo de premiações, uma vez que tratam de cores referência para o cinema como um todo, não exclusivamente ao Oscar. Num contexto mais amplo, o mesmo acontece com a estatueta do prêmio, constantemente relacionada a outros prêmios.

Essa ligação do Oscar e, mais especificamente, da estatueta dentro de um contexto de significado que ultrapassa o próprio cinema foi estudada por Tom Lisboa em seu livro *Entre a estatueta do Oscar e o Oscar da estatueta*:

No Brasil, o *Oscar*, além do já comprovado efeito comercial, acabou tendo, antropofagicamente, seu nome e formato inseridos em nossa cultura. Tornou-se lugar comum usar o nome do *Oscar* para explicar alguns tipos de premiação (por exemplo, o Emmy é o *Oscar da televisão americana*) e a estatueta serviu de base para que se confeccionasse outros troféus que celebram alguma forma de distinção individual. (LISBOA, 2004, p. 19)

Além disso, nos Estados Unidos, o Oscar divide espaço com outras premiações cinematográficas. As que o antecedem, inclusive, acabaram se tornando conhecidas como as “prévias do Oscar”. Ainda de acordo com Tom Lisboa, o grau de prestígio dessas premiações muitas vezes está diretamente relacionado ao índice de acertos em relação aos prêmios da Academia.

Dessa forma, raramente a simbologia do Oscar apresenta uma redução, já que está inserida na cultura – tanto brasileira quanto norte-americana – de uma maneira a adquirir

significados mais amplos. Seu significado supera o de outras cerimônias, pois o Oscar está inserido na imaginação popular.

Para exemplificar esse conceito ligado ao Oscar, basta citar o discurso feito por Kate Winslet quando a atriz ganhou o prêmio de Melhor Atriz, em 2009.

I'd be lying if I said I haven't made a version of this speech before. I think I was probably 8 years old and staring into the bathroom mirror, and this would have been a shampoo bottle. Well, it's not a shampoo bottle now. (WINSLEY, Kate apud THE INTERNET MOVIE DATABASE, 2009)¹⁹

No entanto, a cobertura do Oscar realizada pela revista SET até o ano de 2007 apresenta uma grande redução em seu perfil gráfico-editorial. O enfoque da cobertura, a organização das páginas, o tamanho dos textos, o uso dos fios, o posicionamento e o tamanho das imagens, entre outros elementos são muito similares em todas essas oito revistas, assim como eram nas que as antecederam.

Nessas edições, a cobertura se limitou a comentários individuais sobre cada um dos indicados nas principais categorias (Melhor Filme, Melhor Diretor, Melhor Ator, Melhor Atriz, Melhor Atriz Coadjuvante, Melhor Ator Coadjuvante) e uma lista com os indicados nas categorias restantes. Aqueles com aparente maior chance de ganhar um Oscar recebiam uma foto maior, normalmente na página da esquerda. Cada categoria ocupa duas páginas, exceto os coadjuvantes que ocupam uma página cada um. A lista com os demais indicados está em mais uma página e a abertura da matéria pode ocupar uma ou duas páginas, dependendo da presença de uma publicidade na página da esquerda (ou da falta dela).

Coberturas como essas representam não somente uma falta de recursos financeiros para entrevistar as pessoas envolvidas no evento, mas, também, uma falta de criatividade por parte da equipe editorial. Afinal, os textos produzidos em 2008 e 2009, por exemplo, não necessitaram de um número maior de recursos para serem produzidos e trouxeram enfoques diferenciados. Em 2008, foram selecionadas personalidades com características “cool”, indicadas ao Oscar em categorias diversas. Já em 2009, a equipe elaborou e procurou responder a uma variedade de perguntas sobre as escolhas da Academia, os filmes e as personalidades envolvidas na premiação.

Uma possível explicação para essa mudança no perfil da cobertura pode ser a concorrência com os meios eletrônicos. Afinal, com o avanço da internet, a maior acessibilidade e o crescimento de sites e blogs especializados, breves comentários sobre os

¹⁹ Tradução livre: “Eu estaria mentindo se dissesse que não fiz uma versão desse discurso antes. Acho que eu tinha provavelmente oito anos de idade e olhava no espelho do banheiro; e isso era uma embalagem de xampu. Bem, isso não é uma embalagem de xampu agora”.

indicados podem ser acessados pelos usuários apenas alguns minutos após a divulgação da lista da Academia.

Há também outro agravante nos processos contemporâneos do jornalismo e que afeta bastante editoriais, publicações e sites de cultura, paralelo à complexidade temática e ao aumento numérico. Trata-se do crescimento do público interessado nessa produção simbólica. Muito mais pessoas abrem um jornal ou revista ou acessam um site para saber a que espetáculo ou apresentação irão assistir, que disco ou livro poderão comprar, que concerto ou exposição lhes agradará mais. Por um lado, cada vez mais heterogêneo, esse público força, por exemplo, as editoriais dos jornais diários ou das revistas semanais, programas de tevê e de rádio a adaptar as linguagens (texto e edição gráfica, áudio e imagem) a essa multiplicidade de leitores e leituras. De outro, existe também um forte processo de segmentação que leva os veículos a se especializarem em áreas limitadas voltadas para um público cada vez mais restrito e que consome com seriedade esse tipo de informação temática detalhada. São os casos de sites ou revistas que tratam de temas específicos, como música, cinema, moda etc. (VARGAS, 2004)

Ou seja, para uma publicação se manter no mercado é necessário que sejam feitas mudanças constantes, de forma a manter antigos leitores e atrair novos que procuram, basicamente, informações que só podem ser encontradas através daquele veículo.

4.5 SATURAÇÃO

Em seu livro, Luciano Guimarães define a saturação como uma ação informativa a partir de um pequeno jogo de palavras.

Como determinados segmentos do público têm preferência, tolerância ou intolerância com os diversos graus de saturação das cores, como os definidos pelas faixas etárias (da necessidade de cores saturadas na infância às cores dessaturadas na senectude) ou pelo repertório cultural (de classes sociais, de ambientação cultural etc.), é possível e conveniente fazer a distinção entre o uso de cores saturadas, que diz respeito ao parâmetro de definição da cor (a saturação óptica), e a saturação do uso da cor, que diz respeito ao uso exagerado e descomedido da cor (a saturação informacional). (GUIMARÃES, 2003, p. 95)

Assim, as cores saturadas e a saturação do uso da cor apresentam significados diferenciados. A segunda, conforme já vem sendo realizado no decorrer desse capítulo, pode se referir não somente às cores, mas à saturação de formas, fios, tipografias, estilo de textos e outros elementos tanto gráficos quanto editoriais.

O uso de cores saturadas não implica, necessariamente, em um uso saturado. Essas cores com características mais vibrantes podem ser utilizadas com bons resultados em diversos projetos gráficos, desde que levando em consideração o público a que se destinam e o conteúdo. Ao mesmo tempo, o uso saturado de qualquer cor ou elemento gráfico implica em uma diagramação ineficiente, já que a hierarquização de informações acaba sendo prejudicada. Guimarães (2003, p. 100) aponta que: “A saturação leva ao caos da informação e

a composição visual perde a capacidade de organizar e hierarquizar a informação. Todos os elementos da comunicação se confundem e a riqueza intersemiótica se decompõe na neutralização da significação”.

Para o autor, a saturação é a ação negativa mais grave. Ele afirma que esse uso exagerado dos elementos gráficos acontece principalmente quando os profissionais saem de circunstâncias com limitações gráficas, sejam elas orçamentárias ou técnicas. Além disso, novos sistemas, produtos e equipamentos também podem levar a uma saturação informativa, em especial quando são de fácil utilização. Ou seja, Guimarães relaciona esse tipo de saturação a profissionais que não estão familiarizados com o uso de elementos gráficos ou que estejam “deslumbrados” com novas possibilidades.

Exemplos fáceis de saturação gráfica podem ser vistos nas capas de revistas e jornais populares, que utilizam uma grande quantidade de cores e tipografias em um espaço reduzido. Esses veículos, de produção rápida e barata, têm menores investimentos em *softwares* específicos e em profissionais. No caso da revista SET, a preocupação com os elementos gráficos é constante, pois a revista é dirigida a um público que tem interesse por cinema, uma linguagem intimamente relacionada à imagem.

4.6 NEUTRALIZAÇÃO

Com um conceito, de certa maneira, oposto à saturação, a neutralização resulta também em um prejuízo à hierarquização de informações, objetivo principal do design de notícias.

Há um princípio primordial para o êxito da atividade jornalística visual: informações iguais devem receber o mesmo tratamento gráfico; informações diferentes devem receber tratamento gráfico diferente. Qualquer inversão nesse ordenamento é prejudicial à informação, levando, em última instância, à sua deformação e, no caso da cor, à sua depreciação e desvalorização. (GUIMARÃES, 2003, p. 109)

No entanto, de acordo com Tathiana Marcelli (2006, p. 8), o projeto gráfico de jornais e revistas “submete-se a hierarquia das informações, aos costumes de leitura do seu público, que podemos chamar aqui de perfil sócio-cultural, que por sua vez está diretamente relacionado ao seu poder econômico”. Ou seja, a autora considera que o público também é um fator determinante no momento de realização das escolhas gráficas, aspecto por vezes ignorado por Guimarães.

O autor, no entanto, não esquece que, ao classificar uma ação como positiva ou negativa, está realizando um julgamento que pode se mostrar errado dependendo da situação. E isso ocorre com a neutralização.

A binaridade polarizada e assimétrica mais primitiva da cor é a oposição do preto e branco, síntese das polaridades luz-treva e vida-morte, com a assimetria jogando a carga negativa para o preto. (...) No entanto, a neutralização da informação não será sempre ação negativa da cor. Será desejável, entre outras circunstâncias, quando a mensagem exigir equiparação entre dois ou mais objetos em foco. (GUIMARÃES, 2003, p. 110-111)

Ou seja, para não identificar uma categoria como mais importante que a outra, a revista SET, até o ano de 2007, utilizava padrões de diagramação extremamente similares em todas as páginas da cobertura do Oscar. Em 2004, inclusive, todos os pares de páginas destinados a cada categoria possuem fotos e textos do mesmo tamanho e nas mesmas posições, a única alteração acontece na página destinada às categorias de Melhor Ator Coadjuvante e Melhor Atriz Coadjuvante, que mantém o padrão gráfico, mas não a rigorosa diagramação, devido ao espaço reduzido.

Apesar da tentativa de neutralização, não é possível realizá-la totalmente. As categorias não são destituídas de uma relação de importância, uma vez que existe uma ordem e que os coadjuvantes recebem um espaço menor. Essa impossibilidade é comentada por Guimarães:

A recepção diacrônica, linear e desprovida de variações rítmicas, seja ela oral, escrita, visual ou intercódice, inviabiliza a comunicação. Nenhuma leitura minimamente organizada é desprovida de significação espacial ou temporal. Mesmo nos elementos de uma página impressa, por exemplo, não haja preocupação com a criação de relações de hierarquia, subordinação, agrupamento, identificação, complementariedade etc., o sentido tradicional de leitura (da esquerda para a direita e do alto para baixo) valoriza mais algumas áreas do que outras. (GUIMARÃES, 2003, p. 109)

A questão negativa da neutralização acontece quando informações diferentes recebem o mesmo tratamento gráfico, fazendo com que as informações sejam prejudicadas, assim como a parte gráfica, que perde valor.

Neutralizações como essa acontecem nas revistas que trazem todos os indicados – com a exceção de um selecionado como favorito – em posições semelhantes, com textos e fotos de mesmo tamanho. Nesses casos, é impossível para o leitor diferenciar visualmente qual daqueles indicados também tem chances de ganhar um Oscar. A impressão, para muitos leitores, é a de que a equipe da revista sabe o resultado ou está muito certa dele, pois a aposta em apenas um único favorito é feita de maneira segura. Resta ao texto que faça ressalvas, de maneira a não prejudicar ainda mais a informação.

Um exemplo de edição em que imagens e textos têm um mesmo tamanho é a do ano 2005. Nela, é difícil dizer qual dos outros quatro indicados ao prêmio de Melhor Filme poderia realmente competir com *O Aviador* ou qual diretor poderia vencer Martin Scorsese. No entanto, os vencedores nas categorias mencionadas foram *Menina de Ouro* e Clint Eastwood, respectivamente. Por mais que outros “palpites” da equipe editorial da revista tenham se mostrados verdadeiros, esses erros demonstram como a neutralização pode prejudicar a informação.

Em edições como as de 2006 e 2007, a organização das páginas foi feita de maneira a minimizar esse problema. No primeiro caso, o uso de uma variação de tonalidades de cinza e posicionamentos diferenciados para os indicados não impediu que a neutralização ocorresse em algumas categorias, como na de Melhor Ator. Já em 2007, a questão foi bastante diluída através do agrupamento das fotos em uma página e dos textos na outra, apresentando títulos com pesos diferenciados e textos com tamanhos e formatos variáveis.

4.7 DISSONÂNCIA

A ação informativa que Luciano Guimarães conceitua como dissonância também possui relação com a hierarquização de informações, uma vez que trata sobre a organização dos elementos na página.

Cores são também aplicadas para diferenciar as várias unidades que compõem uma página ou uma tela, distinguindo, por exemplo, o texto principal, os textos paralelos e os complementares (chamadas, títulos, subtítulos, legendas etc.). Essas informações coloridas participam na composição do padrão de visualização geral da página e podem interferir diretamente na mensagem. Algumas vezes, a aplicação de cores é contraditória ou dissonante em relação aos outros elementos. (GUIMARÃES, 2003, p. 117)

Essa escolha de elementos gráficos, que leva a uma percepção equivocada sobre a ordem de leitura, prejudica a informação, uma vez que minimiza a valorização da informação selecionada. Ao mesmo tempo, a dissonância pode ser uma tática útil para desviar a atenção do leitor daquela informação que teve que ser publicada ao contrário do que gostaria a equipe editorial da publicação.

No caso da revista SET, certas pequenas dissonâncias podem ser provocadas pelos boxes que, na maior parte dos casos, apresentam os filmes que não foram indicados, mas que, de acordo com a revista, deveriam ter sido. Entretanto, o posicionamento dessas estruturas geralmente ocorre nas laterais ou na parte inferior da página, fazendo com que ele se distancie

visualmente do texto principal, mesmo possuindo uma coloração diferenciada e, por vezes, mais chamativa.

Na edição de 2006, os boxes intitulados “Esqueceram de...” aparecem nas categorias de Melhor Filme, Melhor Diretor, Melhor Ator e Melhor Atriz. Como essa revista prezou um posicionamento inusitado para os textos e tamanhos diversos de fotografias, os boxes também receberam posições, formatos e textos variáveis. Além disso, fios grossos ligavam o box às partes superior e inferior da revista, cortando a página (ver Figura 2).

Essas características faziam com que o box – com um fundo de cor mais escura que o restante da página – tivesse destaque em algumas páginas ou destacasse algum indicado. No caso das categorias de Melhor Filme e Melhor Ator, o box corta a página separando o favorito (*O Segredo de Brokeback Mountain* e Philip Seymour Hoffman, respectivamente) dos demais. Na categoria de Melhor Diretor, o box sobre Fernando Meirelles aparece logo abaixo da indicação da categoria, indicando certo favoritismo a alguém que não foi indicado. Além disso, a seção isola o texto sobre Steven Spielberg, que ganha destaque adicional. Por fim, na categoria de Melhor Atriz, o box sobre Ziyi Zhang aparece tão próximo a foto da favorita Reese Witherspoon que é possível confundir sobre quem se trata cada texto.

Mesmo nesse caso, no entanto, é perceptível a intenção de diferenciar os elementos do box do restante da página, de forma que ele não prejudique o ritmo da leitura. As fotos dos boxes são menores e a tipografia é diferenciada. Com base nisso, deve-se levar em consideração que a análise dos elementos encontrados nas revistas, feitas com base em conceitos como a intencionalidade, pode ser falha, uma vez que existem elementos passíveis de significados contraditórios.

Embora se justifique no estudo dos termos antigos, nos quais, por exemplo, o sentido da palavra evoluiu bastante, essa preocupação com as “intenções” do autor é uma tirania herdada precisamente das explicações de textos tradicionais, que impediu gerações e gerações de crianças e adolescentes de refletir por conta própria sobre os textos que liam, já que eram incapazes de encontrar as “intenções” do autor. Estudar as circunstâncias históricas da criação de uma obra para compreendê-la melhor pode ser necessário, mas nada tem a ver com a descoberta das “intenções” do autor. (JOLY, 1996, p. 45)

Entretanto, isso não desvaloriza a análise aqui realizada, uma vez que esse trabalho não visa ir ao encontro de pareceres definitivos, mas simplesmente procura abrir espaço para a observação como características gráficas demonstram escolhas editoriais que podem não estar expostas nos textos.

4.8 OMISSÃO/SONEGAÇÃO

O conceito de omissão ou sonegação se aplica não somente à cor – que pode ser retirada da página, deixando-a em preto, branco e cinza –, mas ao próprio texto que pode ser omitido em benefício de imagens, um recurso comum em alguns exemplos de revistas infantis, masculinas ou sobre celebridades. Outros aspectos gráficos também podem ser retirados de alguma publicação (fios, boxes, as fotografias como um todo), de acordo com limitações técnicas, orçamentárias ou respeitando uma intencionalidade estética ou informativa.

No caso da revista SET, a omissão que apresenta uma maior possibilidade de ocorrência é a da cor, uma vez que a ausência de texto não condiz com o perfil da publicação analisada.

A supressão da cor em imagens publicadas pela mídia pode ter o objetivo de valorizar formas, texturas, profundidade de campo, contraste etc., que muitas vezes são encobertas pelo colorido. Outras vezes, a ausência da cor compõe a aparência e a significação que se pretende para a imagem, ou torna visível o meio e o suporte fotográfico. É o caso, por exemplo, da preferência pelo preto-e-branco dos cadernos de literatura (resenhas) e de todas as vezes em que se deseja representar o passado. (GUIMARÃES, 2003, p. 113)

Para o Guimarães, a ausência de cor implica em dois prejuízos. O primeiro é uma redução da capacidade de informar do veículo, uma vez que distancia ainda mais a imagem do objeto real. Ele aponta que outras características já são omitidas devido a limitações do próprio meio, tais como: cheiro, gosto, peso, consistência, tamanho e valor tátil.

No segundo prejuízo, a supressão da policromia pode provocar uma recepção equivocada da informação. É o caso de quando a imagem solicita o resgate da cor pela memória e outros componentes da mensagem podem confundir ou alterar a informação. (GUIMARÃES, 2003, p. 114)

No caso das revistas analisadas, a omissão da cor em fotografia aconteceu, por exemplo, nas edições de 2008 e 2009. Em 2008, além da imagem do filme *Não Estou Lá*, filmado em preto e branco, aparecem cenas dos bastidores de *Sweeney Todd – O Barbeiro Demoníaco da Rua Fleet* e uma fotografia dos diretores de *Persépolis* (que apresenta detalhes em um tom de verde). Essas imagens fazem parte do material de divulgação dos filmes e, portanto, a retirada da cor não foi uma opção da equipe da revista.

Já em 2009, as imagens em preto e branco são de filmes antigos, originalmente filmados sem cor, além de uma fotografia de Harvey Milk, que teve sua história contada no filme *Milk*. Essa fotografia também é originalmente sem cor.

Dessa forma, é possível perceber uma preferência da equipe da revista em fazer sempre o uso da cor, embora não deixe de publicar imagens em preto e branco quando elas são consideradas necessárias.

Assim, pode-se considerar que a revista não realizou a *sonegação*, conforme definida por Guimarães (2003, p. 116): “Quando não é a impossibilidade de reprodução, mas a intencionalidade de encobrir alguma informação, a supressão da cor informação se torna *sonegação*; portanto, é uma ação negativa de maior gravidade”.

4.9 MAQUIAGEM/CAMUFLAGEM

O acesso mais vez mais fácil a *softwares* de edição e manipulação de imagens faz com que esses recursos sejam utilizados com maior frequência e, em alguns casos, alterem de tal forma a figura original que os leitores sintam que estão sendo enganados pelo veículo, principalmente no caso da publicidade.

De acordo com Luciano Guimarães, essas alterações no aspecto real do objeto começam no momento de produção da imagem.

Muitas vezes, na intenção de valorizar imagens, recorre-se a algumas manipulações cromáticas da aparência natural dos objetos. Pode-se considerar que a manipulação na captação da imagem, com uso de filtros ou iluminação diferenciada, ou tratamento da edição gráfica, é uma ação negativa, desde que ela maqueie ou camufle a informação e crie uma outra aparência que não corresponda à realidade do objeto em foco, principalmente por apresentar essa nova aparência como analógica à real. (GUIMARÃES, 2003, p. 118)

O autor aponta que, nesse caso, a distância entre o objeto real e a realidade é o causador de uma ação negativa da informação. Ele não deixa de considerar, no entanto, que o próprio meio é o causador de um distanciamento já prejudicial, uma vez que a fotografia, como um meio bidimensional, não é capaz de expressar a totalidade do objeto com textura e volume adequados. A própria impressão final também prejudica a informação, pois as tintas de impressão, o equilíbrio entre elas, o maquinário da gráfica e a escolha do papel podem alterar as cores esperadas. Isso sem mencionar a impressão em preto e branco, onde a imagem acaba ainda mais distanciada de seu referencial.

Outro aspecto que deve ser mencionado é a escolha editorial por uma imagem em detrimento da outra, valorizando aquela de maior apelo junto ao público leitor. No exemplo do autor, ele menciona as publicações sobre turismo.

De caráter promocional ou não, a edição gráfica seleciona as imagens de maior apelo estético que, condensadas em um espaço restrito, dão sempre a impressão de se tratar de lugares mais paradisíacos do que são. Reduzida à opacidade das cores de impressão ou excessivas na projeção luminosa das telas de computador, o colorido

do mar, do céu, das vegetações, as luzes das cidades, dos monumentos e dos crepúsculos do dia são valorizados. (GUIMARÃES, 2003, p. 120)

Esse aspecto também é levado em consideração por Martine Joly, em seu livro *Introdução à Análise da Imagem*.

Considerar a imagem como uma mensagem visual composta de diversos tipos de signos equivale, como já dissemos, a considerá-la como uma linguagem e, portanto, como uma ferramenta de expressão e de comunicação. Seja ela expressiva ou comunicativa, é possível admitir que uma imagem sempre constitui uma mensagem para o outro, mesmo quando esse outro somos nós mesmos. Por isso, uma das precauções necessárias para compreender da melhor forma possível uma mensagem visual é buscar para quem ela foi produzida. (JOLY, 1996, p. 55)

Ou seja, a capacidade de perceber – ou de questionar – para quem a imagem foi produzida, para qual veículo e com que objetivo é um requisito primordial para a análise correta de uma fotografia, uma ilustração ou qualquer outra obra, inclusive a diagramação de uma revista.

No caso da maior parte das imagens publicadas nas coberturas do Oscar feitas pela revista SET, o tratamento recebido foi elaborado pelos distribuidores dos filmes, que divulgaram as fotografias para a imprensa. O símbolo do Oscar, no entanto, passa por tratamentos de imagem a cada cobertura, conferindo uma identidade diferenciada a cada material a partir do maior símbolo da cerimônia, a própria estatueta.

De 2000 a 2003 foi utilizada a tradicional imagem da estatueta de frente. Em 2004, foram usados apenas alguns fragmentos da imagem. Em 2005, sua cor foi alterada de maneira que o dourado (amarelo, devido a limitações da impressão) se tornou uma tonalidade violetada e azulada. Em 2006, a tradicional imagem da estatueta de frente foi substituída por uma imagem lateral, cortada na “cintura” da figura, ligeiramente esverdeada e sofrendo interferências de quadrados utilizados para a diagramação. Em 2007, a imagem foi impressa numa versão extremamente reticulada e em duas versões: branca e azul. Em 2009, foi utilizada uma versão saturada da imagem tradicional, sendo que, na primeira página da matéria, a figura aparece um pouco “fora de foco” e sofre, novamente, a interferência da diagramação.

Essas alterações não são drásticas a ponto de prejudicarem a compreensão do leitor, pelo contrário. Elas exprimem o que é esperado da cobertura. Seja a elegância e a importância conferida quando os indicados são *O Senhor dos Anéis: A Sociedade do Anel* e *Cidade de Deus* (2004). Seja o favoritismo dedicado a um filme com poucas chances reais, como *O Aviador* (2005). Seja a procura por um diferencial dentro da publicação (2006 e 2007). Seja a volta de uma antiga relevância (2008). Seja a dúvida e o desapontamento editorial (2009).

4.10 FALSEAMENTO

Aparentemente, falseamento possui um significado similar ao conceito anterior (maquiagem/camuflagem), principalmente quando se pensa em fotografia para definir o termo. Luciano Guimarães, no entanto, procura dar à palavra uma significação mais ampla.

Chamarei de *falseamento* as ações negativas que induzem o leitor, intencionalmente ou não, a incorporar valores da cor na mensagem verbal ou no conjunto verbo-visual da mensagem, ou ainda a incorporar os valores da mensagem em referentes externos àquela mensagem, porém que estão vinculados às cores utilizadas. Em qualquer uma dessas vias, as cores servem como o suporte para a transferência de valores. (GUIMARÃES, 2003, p. 121)

Com isso, o autor procura acrescentar às ações informativas algumas possíveis significações errôneas, que podem ser observadas a partir de aspectos gráficos. Como exemplo, é possível citar a já mencionada cobertura de 2005, onde esse trabalho apontou um favoritismo em relação ao filme *O Aviador*. No entanto, deve-se acrescentar que, apesar dos sinais apresentados, existe a possibilidade de um erro nessa interpretação, uma vez que somente as ações foram observadas.

Considerando a imagem como uma mensagem visual compreendida entre expressão e comunicação, a conduta analítica deve, de fato, levar em conta a função dessa mensagem, seu horizonte de expectativa e seus diversos tipos de contexto. Desse modo, terá definido o contexto no qual relativizar suas ferramentas intrínsecas e irá se apegar e distingui-las entre si. Como a imagem, a análise assumirá seu lugar entre expressão e comunicação. (JOLY, 1996, p. 68)

Em seu livro *As Cores na Mídia: a organização da cor-informação no jornalismo*, Luciano Guimarães aponta, principalmente, os usos políticos do falseamento. Dessa forma, o autor indica uma intencionalidade que, por vezes, vai além do próprio assunto do texto.

O uso de cores, formas e outros elementos gráficos faz com que o leitor associe o conteúdo a esses elementos. Dessa forma, para Guimarães, um texto com uma temática de saúde que apresente não as cores óbvias relacionadas ao assunto, mas as cores de um partido político, por exemplo, fará com que o leitor receba melhor as propostas do candidato que utiliza aquelas cores para tratar da saúde pública.

Outro exemplo fornecido pelo autor é o destaque dado a determinadas informações através das cores, fios, boxes, flechas ou outros elementos gráficos quando essas informações não representam necessariamente a informação mais relevante para o leitor.

No caso da revista SET – pelo menos quanto à cobertura do Oscar – não é perceptível nenhuma intenção de caráter político, uma vez que a revista não apresenta nenhum conteúdo dessa esfera; trata, em sua maior parte, de assuntos não relacionados ao país; e não possui tradicionalmente a característica de apoio político a nenhum partido ou candidato. Nos

exemplos fornecidos por Luciano Guimarães, a publicação em questão apresentava essas três características ausentes na SET.

4.11 DEFORMAÇÃO

Por fim, a última das ações informativas negativas é a deformação.

(...) a *deformação* é a mais conhecida e combatida ação negativa da cor. Alteram-se as cores, muitas vezes de forma sutil, outras de forma extremada. Com essa ação, altera-se a imagem original e normalmente valores negativos são incorporados. Dependendo da expectativa dos receptores daquela informação, a alteração pode ser bem ou mal recebida, o que nos leva a considerar que nem sempre a ação será negativa. A negatividade acontece quando o leitor é induzido a incorporar valores depreciativos que interferem na sua liberdade interpretativa. (GUIMARÃES, 2003, p. 123)

Novamente, a questão da negatividade da ação é relativa. No entanto, é impossível negar que, no caso da deformação, a imagem alterada traga uma intencionalidade. Na deformação, o significado original atribuído à imagem ou ao objeto é alterado exclusivamente pelo veículo para que possua um significado novo e que corresponda ao enfoque desejado. O que diferencia a deformação da maquiagem/camuflagem e do falseamento é que a maquiagem procura valorizar o objeto e o falseamento procura acrescentar um significado à imagem.

Assim, a deformação acaba por ser um recurso normalmente utilizado em sátiras, em veículos com claras intenções políticas e em meios educativos, sendo que o caráter da lição transmitida também pode ser questionado a partir dessas escolhas gráficas.

Em filmes, a deformação ocorre normalmente para expressar o pensamento de determinado personagem, demonstrar distúrbios psicológicos e relatar cenas do passado ou do futuro. Dessa forma, as fotografias da revista SET que apresentam esse tipo de alteração expressam a intenção da obra e não a da revista.

Dessa maneira, é possível notar como, a partir dos pontos de análise conceituados anteriormente por Luciano Guimarães para o uso da cor, as escolhas gráficas e editoriais se cruzam na construção de um significado amplo. Esse fenômeno ocorre não apenas na cobertura do Oscar ou na revista SET, mas em todo o tipo de veículo comunicativo e em todas as temáticas. Aliás, conforme aponta Joly, a leitura de imagens acontece não somente através dos meios de comunicação.

Interessar-se pela imagem é também interessar-se por toda a nossa história, tanto pelas mitologias quanto pelos nossos diversos tipos de representações. A riqueza da conduta contradiz a redução da imagem à imagem da mídia ou às novas tecnologias: estas são apenas as transformações mais recentes, se não as últimas, dos signos visuais que nos acompanham, como acompanharam a história da humanidade. (JOLY, 1996, p. 136)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o período de elaboração desse trabalho, a revista SET mudou. Em abril de 2009 foi publicada a última edição pela Editora Peixes, responsável pela revista desde 1999. Pouco tempo depois de anunciado o cancelamento da revista, a publicação passou a ser responsabilidade da Companhia Brasileira de Multimídia (CBM), grupo composto por cinco empresas, entre elas a própria Editora Peixes e a Editora JB, que publica o Jornal do Brasil, no Rio de Janeiro. Assim, com uma equipe totalmente reformulada, a revista SET é relançada em junho 2009. Juntamente com a nova equipe, advinda do Jornal do Brasil, é apresentado ao público um novo projeto editorial e gráfico.

O novo *publisher* da revista era o jornalista Mario Marques. Sua relação com o antigo diretor de redação da SET, Roberto Sadovski, acaba escancarada para os leitores, através de ofensas publicadas por ambos na página de relacionamentos do Google, o Orkut. Marques e Sadovski tinham suas próprias comunidades destinadas à revista, onde entravam em contato com os leitores e comentavam o trabalho alheio.²⁰

No entanto, após Mario Marques realizar apenas três edições da revista SET (junho, julho e agosto), Sadovski declarou, em sua página do serviço de micro-blogging Twitter, que havia reassumido a publicação.²¹ Assim, a edição de setembro da revista SET foi publicada – quase em outubro – com um novo projeto gráfico e o nome de Roberto Sadovski apareceu ao lado das palavras “editor-chefe”.

Essas mudanças, embora não estejam dentro do período pré-selecionado para a análise, trouxeram uma motivação adicional para o estudo, pois demonstraram que existe um espaço para o jornalismo cinematográfico brasileiro e que o público, que se manifestava em comunidades de sites de relacionamentos, nas sessões de cartas das revistas ou em blogs pessoais, é consciente da importância de um planejamento editorial e gráfico adequado.

Esse planejamento gráfico, a propósito, não significa somente levar ao leitor uma revista bonita. Conforme observado ao longo da pesquisa, as escolhas gráficas constroem uma página com significação. Essa significação, por sua vez, representa um apoio ao texto

²⁰ Roberto Sadovski se manteve como dono da comunidade “Revista SET”, que já existia quando a revista era publicada pela Editora Peixes. Ele manteve, durante todo o período em que a revista esteve sobre a gestão de Mario Marques, a capa da última edição em que trabalhou como imagem da comunidade. Marques, por sua vez, criou a comunidade “Revista SET *Comuna Oficial*”, cuja imagem era sempre atualizada de acordo com a capa da edição mais recente.

²¹ Na mesma época, Mario Marques deixou de ser o dono da comunidade sobre a revista que havia criado na página de relacionamentos Orkut.

jornalístico, auxiliando na transmissão de uma informação organizada e hierarquizada, seguindo padrões estabelecidos de unidade e ritmo.

Além disso, foram observados casos em que o gráfico possui um significado por si mesmo, ultrapassando a posição de auxiliar do texto. O uso de elementos gráficos na construção consciente de significado, no entanto, não é mérito exclusivo de designers gráficos. Justamente por isso, não pode ser negado. Afinal, as obras primas de grandes pintores não precisam de um texto escrito para serem dotadas de significado. Nem as fotografias. Aliás, nem o cinema precisa de texto – escrito ou falado – para significar algo. Em muitos casos, basta a imagem.

No entanto, uma publicação como a revista SET precisa de texto. As informações que ela traz é que representam o grande diferencial da revista em relação à concorrência surgida com o avanço da internet, por exemplo. Mas isso não destitui seus elementos gráficos de significados próprios. Ainda mais quando se considera que a revista não é feita para um público totalmente leigo visualmente. Afinal, o leitor de um veículo especializado em cinema está interessado em inovações visuais, em especial as realizadas para a tela grande, mas que podem ter influência no design das páginas.

A questão da independência de significado de elementos gráficos numa revista traz à tona outro questionamento. São as escolhas editoriais que determinam os aspectos gráficos ou são os aspectos gráficos que determinam as escolhas editoriais?

Para responder a essa pergunta, basta observar a natureza de uma revista atual. Trata-se, tradicionalmente, de uma publicação impressa, elaborada em papel mais resistente que o papel jornal, normalmente colorida, com uma determinada periodicidade e que, para permanecer no mercado, precisa criar um relacionamento com seu público leitor. Ou seja, uma revista, para comunicar, precisa ser vista e tocada. Isso torna seus elementos gráficos essenciais, mas não o texto escrito. Ao mesmo tempo, as escolhas editoriais não são eliminadas, já que a revista precisa estar consciente das necessidades de seu público.

A escolha pela realização da cobertura do Oscar, inclusive, é editorial. Quando uma revista de cinema adota um perfil de cinema mais comercial, por exemplo, ela é necessária. Mas não o seria em uma revista que trata do cinema de algum determinado país que não os Estados Unidos ou que trate de algum gênero ou, ainda, uma revista mais voltada para o cinema independente ou o cinema-arte.

É por isso que, na primeira parte desse trabalho – chamada “Cinema, História e Contemporaneidade: o período entre os anos 2000 e 2009” – a análise se fez a partir do contexto histórico geral, mas também levou em consideração a indústria cinematográfica, o

Oscar e a publicação. Assim, foi possível perceber que, em um período conturbado politicamente para os Estados Unidos e marcado por desastres naturais, o arrecadamento da indústria cinematográfica cresceu e a popularidade do Oscar diminuiu.

Esse fenômeno aconteceu devido ao posicionamento do cinema como um entretenimento barato para as grandes massas e, ao mesmo tempo, do distanciamento da premiação em relação aos filmes mais populares. Em grande parte do período observado, as escolhas da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas privilegiaram obras de interesse artístico e/ou temático com relevância social ao invés de filmes com maior apelo.

A partir desse ponto – a escolha pela cobertura do Oscar – é perceptível um limite tênue entre escolhas gráficas e editoriais. O tamanho de uma revista, seu papel, sua periodicidade, entre outras características, estabelecem uma relação básica entre esses dois aspectos. São características gráficas e, ao mesmo tempo, representam escolhas editoriais importantes para o futuro da publicação. Ou seja, fazem parte do planejamento gráfico-editorial. Assim sendo, uma revista precisa de uma interação entre esses dois aspectos em seu planejamento inicial.

Nesse momento, os princípios básicos de diagramação estabelecidos por Robin Williams, vistos na segunda parte desse trabalho, demonstram como os diversos elementos gráficos trabalham em conjunto com as escolhas editoriais na produção de significado, organizando e hierarquizando as informações através da proximidade, do alinhamento, da repetição e do contraste. Quando aplicados corretamente, esses princípios garantem que as páginas da revista possuam uma unidade e um ritmo adequado de leitura.

Dessa maneira, a cada edição, o desafio de produzir conteúdo informativo e atraente faz com que, novamente, as escolhas gráficas e as editoriais se tornem indissociáveis. Em uma publicação como a revista SET, que lida com um público consciente da importância dos elementos visuais, esse trabalho em conjunto é ainda mais necessário.

Aliás, é inclusive possível perceber, como foi visto no capítulo chamado “Ações gráfico-editoriais na revista SET”, que edições com problemas em sua estrutura visual tendem a ter, também, problemas com o conteúdo. É o caso da edição de 2005, onde houve uma tentativa de favorecer o filme *O Aviador*. Nesse caso, a escolha de cores não remetia ao Oscar e os textos – desde o editorial – traziam pouco conteúdo novo para o leitor.

À medida que projetos gráficos mais inovadores ganharam espaço – como em 2006 e 2007 – foi possível abrir caminho para um trabalho de texto diferenciado e escolhas gráficas ainda mais elaboradas. Assim, em 2008 e 2009, a revista SET publicou suas coberturas com enfoque mais diferenciado e inovador, levando ao público um conteúdo impossível de ser

encontrado em outro local – diferente das pequenas resenhas sobre os indicados nas principais categorias. Lembrando que o crescimento da importância da parte visual da revista na construção de significado foi essencial para essa mudança.

Conforme observado através da citação de Luciano Guimarães, novamente na última parte desse trabalho, os atos informativos implicam intenções e responsabilidades. Possibilitar que elementos gráficos tenham maior importância na publicação, dessa forma, faz com que ela cresça também em conteúdo, exatamente o que foi possível observar através da transição feita em 2006 e 2007. Antes disso, as diagramações eram bastante similares e serviam apenas para conferir uma identidade ao texto, caracterizando-o como uma cobertura do Oscar. Em 2008 e 2009, no entanto, os elementos gráficos passaram a ter relação com o enfoque dado à cobertura e auxiliaram o leitor a compreender melhor o Oscar.

Como leitora da revista SET e como a estudante de jornalismo responsável por essa análise, espero que a tendência observada nesses últimos anos da cobertura do Oscar feita pela revista SET continuem e sejam, inclusive, adotadas por outros veículos. O público que gosta de cinema – apesar do crescente número de blogs e sites sobre o assunto – é carente de um conteúdo diferenciado, propiciado apenas através de um trabalho conjunto entre jornalistas e designers.

Assim, embora seja complexo dar a esse trabalho conclusões fechadas sobre a interpretação do processo produtivo gráfico-editorial, ele termina com a consciência de ter aberto portas para novas possibilidades de análise, através do exemplo da revista SET.

REFERÊNCIAS

ACADEMY OF MOTION PICTURE ART AND SCIENCES. **Rules for 82nd Annual Academy Awards of Merit for distinguished achievements during 2009**. Los Angeles: Academy of Motion Picture Art and Sciences, 2009. Disponível em: <http://www.oscars.org/awards/academyawards/rules/82aa_rules.pdf>. Acesso em: 24 jul. 2009.

_____. **The Oscar Statuette**. Los Angeles: Academy of Motion Picture Art and Sciences. Disponível em: <<http://www.oscars.org/awards/academyawards/about/awards/oscar.html>>. Acesso em: 25 abr. 2009.

_____. **Voting for the Academy Awards**. Los Angeles: Academy of Motion Picture Art and Sciences, 2009. Disponível em: <<http://www.oscars.org/awards/academyawards/about/voting.html>>. Acesso em: 24 jul. 2009.

BARELLA, José Eduardo. Do palácio a uma toca de rato. **Veja**, São Paulo: n. 1834, 24 dez. 2003. A Semana, p. 34. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/241203/p_034.html>. Acesso em: 18 ago. 2009.

BBC BRASIL. **Retrospectiva 2004: O ano do tsunami?**. Londres, 2004. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/especial/130_retrospectiva04>. Acesso em: 18 ago. 2009.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto Gráfico: teoria e prática da diagramação**. 4ª ed. rev. ampl. São Paulo: Summus, 2000.

EFE. **11 de setembro, um dia de medo e terror para o mundo**. Madrid: 2001. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/noticias/retrospectiva2001/mundo/atentados.htm>>. Acesso em: 17 ago. 2009.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. 5ª. ed. rev. ampl. São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda, 2006.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2003.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. 10ª ed. Campinas: Papyrus, 1996. (Coleção Ofício de Arte e Forma).

LISBOA, HUILTON LUIZ SILVA. **Entre a estatueta do Oscar e o Oscar da estatueta**. Curitiba: UTP, 2004.

MARCELI, TATHIANA. **Design de Jornais**: quase tudo que você precisa saber para projetar um jornal. Rio de Janeiro: Edit Impress, 2006.

MEDINA, CREMILDA. **Notícia, um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. 2ª ed. São Paulo: Summus, 1988.

_____. **Jornalismo e Signo da relação - a magia do cinema na roda do tempo**. **Líbero**. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, v. 10, p. 17-25, 2007. Disponível em: <<http://www.facasper.com.br/pos/libero/libero%2019/Cremilda.pdf>>. Acesso em: 4 out. 2009.

Oscar 2000. **SET**, São Paulo: n. 152, p. 24-37, mar. 2000.

Oscar 2001. **SET**, São Paulo: n. 165, p. 48-60, mar. 2001.

Oscar 2002. **SET**, São Paulo: n. 177, p. 25-36, mar. 2002.

Oscar 2003. **SET**, São Paulo: n. 189, mar. 2003. Suplemento.

Oscar 2004. **SET**, São Paulo: n. 200, p. 19-30, fev. 2004.

Oscar 2005. **SET**, São Paulo: n. 212, p. 17-28, fev. 2005.

Oscar 2006. **SET**, São Paulo: n. 224, p. 17-28, fev. 2006.

Oscar 2007. **SET**, São Paulo: n. 236, p. 19-29, fev. 2007.

Oscar 2008: As pessoas que fizeram o Oscar mais cool. **SET**, São Paulo: n. 248, p. 24-53, fev. 2008.

Oscar 2009. **SET**, São Paulo: n. 260, p. 21-43, fev. 2009.

PIERSON, Frank. Open letter to Reuters. Los Angeles, 2002. Apud JACOBY, Jeff. Life in an Islamist US. **Jewish World Review**, Boston: 26 jun. 2006. Disponível em: <<http://www.jewishworldreview.com/jeff/jacoby062606.php3>>. Acesso em: 10 set. 2009.

PIGNATARI, Décio. **Informação, Linguagem, Comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=t7nZbLVR9mUC>>. Acesso em: 26 abr. 2009.

PIVETTI, Michaella. **Planejamento e representação gráfica no jornalismo impresso: A Linguagem Jornalística e a Experiência Nacional**. 2006. 183 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

_____. **O diálogo gráfico/editorial: projeto gráfico e hipóteses de trabalho**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1676-1.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2009.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2007. (Coleção Comunicação).

SADOVSKI, Roberto. Editorial. **SET**, São Paulo: n. 200, fev. 2004. Editorial, p. 4.

_____. Editorial. **SET**, São Paulo: n. 212, fev. 2005. Editorial, p. 6.

_____. Editorial. **SET**, São Paulo: n. 248, fev. 2008. Editorial, p. 6.

_____. Editorial. **SET**, São Paulo: n. 260, fev. 2009. Editorial, p. 6.

SCHNEIDER, Cesar. Oscar 2009 pode não ser transmitido ao vivo pela Globo por causa do Carnaval, diz jornal. **RD1 Audiência**, 22 jan. 2009. Disponível em: <<http://rd1audienciadatv.wordpress.com/2009/01/22/oscar-2009-pode-nao-ser-transmitido-ao-vivo-pela-globo-por-cao-do-carnaval-diz-jornal/>>. Acesso em: 26 set. 2009.

SARAIVA, Leandro; CANNITO, Newton. **Manual de roteiro: ou manuel, o primo pobre dos manuais de cinema e TV**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2004.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2006. (Coleção Comunicação).

THE INTERNET MOVIE DATABASE. **All-Time Worldwide Box Office**. Disponível em: <<http://www.imdb.com/boxoffice/alltimegross?region=world-wide>>. Acesso em: 5 ago. 2009.

_____. **The 72nd Annual Academy Awards**. 2000. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0266222/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

_____. **The 73rd Annual Academy Awards**. 2001. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0280387/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

_____. **The 74th Annual Academy Awards**. 2002. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0313162/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

_____. **The 75th Annual Academy Awards**. 2003. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0346468/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

_____. **The 76th Annual Academy Awards**. 2004. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0381851/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

_____. **The 77th Annual Academy Awards**. 2005. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0429487/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

_____. **The 78th Annual Academy Awards**. 2006. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0497318/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

_____. **The 79th Annual Academy Awards**. 2007. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0833875/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

_____. **The 80th Annual Academy Awards**. 2008. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt1103965/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

_____. **The 81st Annual Academy Awards**. 2009. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt1219288/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ. **Normas para elaboração de trabalhos acadêmicos**. Curitiba: Reitoria, 2008. Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/documentos/normas_trabalhos_utfpr.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2009.

VARGAS, H. Reflexões sobre o Jornalismo Cultural Contemporâneo. **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, v. 4, n. 4, p. 17-25, 2004. Disponível em: <<http://www.jsfaro.pro.br/downloads/artigo%20herom.doc>>. Acesso em: 13 abr. 2009.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**: noções básicas de planejamento visual. Tradução de Laura Karin Gillon. 2ª ed. rev. ampl. São Paulo: Callis, 2005.

WOLF, Mauro. Da Sociologia dos emissores ao “Newsmaking”. In: _____. **Teorias da Comunicação**. 4ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 1995. p. 159-227.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Observação dos princípios gráficos básicos com base em imagens



Figura 1 – Os indicados ao prêmio de Melhor Filme em 2007
 Fonte: Oscar 2007. Revista SET. São Paulo: Editora Peixes, ed. 236, p. 20-21, fev. 2007.

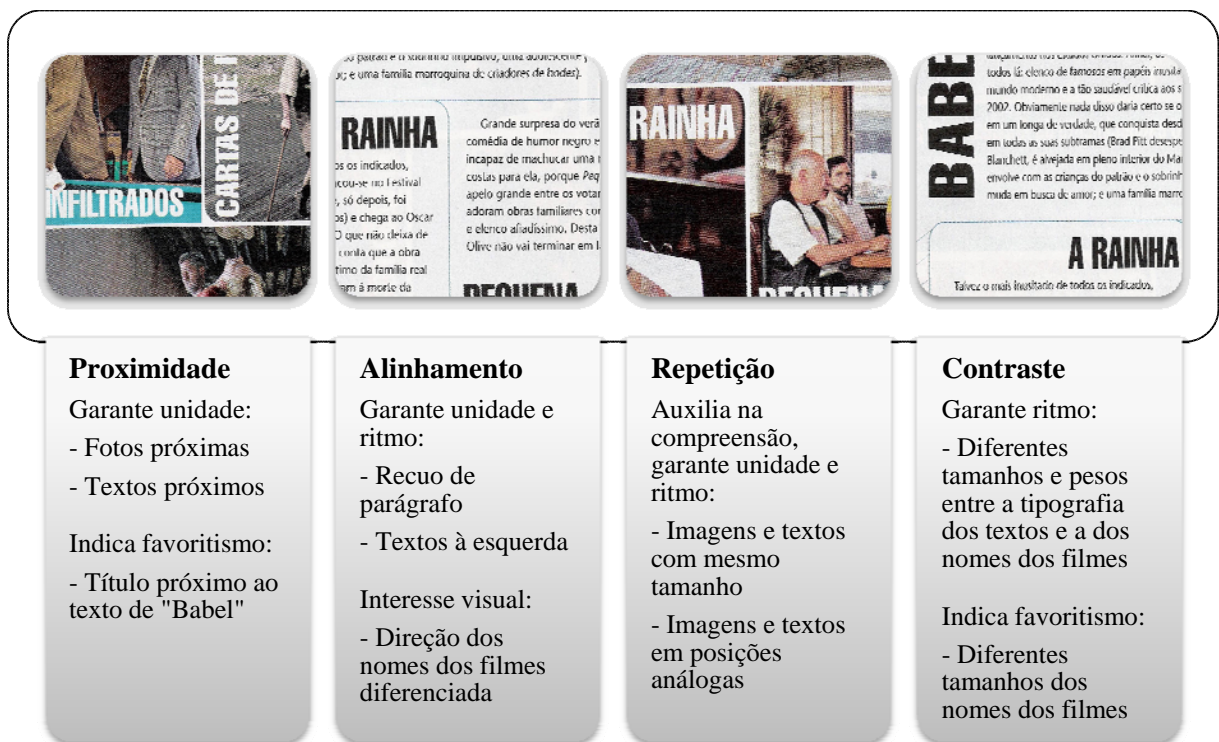


Tabela 1 – Princípios gráficos básicos na edição de 2007



Figura 2 – Os indicados ao prêmio de Melhor Filme em 2006
 Fonte: Oscar 2006. **Revista SET**. São Paulo: Editora Peixes, ed. 224, p. 18-19, fev. 2006.

<p>Proximidade Indica favoritismo: - Distância dos filmes "O Segredo de Brokeback Mountain" e "Munique" em relação aos demais - Indicativo da categoria parcialmente em cima da foto</p>	<p>Alinhamento Indica favoritismo e hierarquia informações: - Os filmes favoritos possuem textos em colunas mais largas</p>	<p>Repetição Garante unidade: - Padrões tipográficos - Padrão de cores Possível erro: - Colchete antes de "Munique" possui cor diferenciada</p>	<p>Contraste Indica favoritismo: - Diferenças no tamanho das imagens Garante ritmo: - Box em cor diferenciada não prejudica a ordem de leitura</p>

Tabela 2 – Princípios gráficos básicos na edição de 2006



Figura 3 – Exemplos de páginas da revista SET de 2008
 Fonte: Oscar 2008: As pessoas que fazem o Oscar mais cool. **Revista SET**. São Paulo: Editora Peixes, ed. 248, p. 26-27; 30-33; 50-51, fev. 2008.

<p>Proximidade Diferencia temáticas: - Maior distanciamento é provocado por fios pretos e grossos</p>	<p>Alinhamento Garante unidade: - Textos justificados e fotos com ângulos retos formam retângulos bem demarcados (auxílio dos fios) Auxilia o contraste: - Títulos e gravatas em posições diferenciadas</p>	<p>Repetição Garante unidade: - Padrões tipográficos - Fios - Padrão de cores - Fotos tendo, em grande parte, cores escuras</p>	<p>Contraste Interesse visual (caracterização como "cool"): - Tipografia com características manuscritas é realçada em formas retangulares marcadas e fios pesados.</p>

Tabela 3 – Princípios gráficos básicos na edição de 2008



Figura 4 – Exemplos de páginas da revista SET de 2009
 Fonte: Oscar 2009. Revista SET. São Paulo: Editora Peixes, ed. 260, p. 22-23; 26-31, fev. 2009.

<p>Proximidade Auxilia na compreensão e garante ritmo: - Todos os textos de cada par de páginas se refere ao mesmo tema</p>	<p>Alinhamento Garante unidade: - Recuo de parágrafo - Textos à esquerda - Títulos à esquerda alinhados com o texto ou em posição específica (box com foto) - Fotos de mesmo tamanho</p>	<p>Repetição Hierarquiza informações: - Repetição de cores em textos com funções semelhantes</p>	<p>Contraste Hierarquiza informações: - Diferentes tamanhos de fotos Caracterização da página como "divertida": - Palheta de cores ampla</p>

Tabela 4 – Princípios gráficos básicos na edição de 2009



Figura 5 – Indicados de 2001 aos prêmios de Melhor Ator Coadjuvante e Melhor Atriz Coadjuvante. Fonte: Oscar 2001. Revista SET. São Paulo: Editora Peixes, ed. 165, p. 58-59, mar. 2001.



Tabela 5 – Princípios gráficos básicos na edição de 2001



Figura 6 – Indicados de 2002 aos prêmios de Melhor Ator Coadjuvante e Melhor Atriz Coadjuvante. Fonte: Oscar 2002. Revista SET. São Paulo: Editora Peixes, ed. 177, p. 34-35, mar. 2002.



Tabela 6 – Princípios gráficos básicos na edição de 2002



Figura 7 – Indicados de 2001 em diversas categorias.
 Fonte: Oscar 2001. Revista SET. São Paulo: Editora Peixes, ed. 165, p. 60, mar. 2001.



Tabela 7 – Segundo exemplo de princípios gráficos básicos na edição de 2001



Figura 8 – Indicados de 2005 em diversas categorias.
 Fonte: Oscar 2005. **Revista SET**. São Paulo: Editora Peixes, ed. 212, p. 28, fev. 2005.



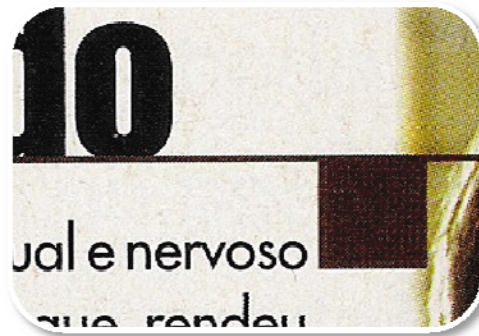
Tabela 8 – Princípios gráficos básicos na edição de 2005

APÊNDICE B – Observação das ações gráfico-editoriais a partir de imagens



Oscar 2000, p. 26

- Estatueta
- Cores: amarelo, vermelho escuro, preto e branco



Oscar 2000, p. 26

- Cores: amarelo (foto), vermelho escuro, preto e branco



Oscar 2000, p. 27

- Cores: amarelo (foto e box) e preto
- Letra "O" em destaque



Oscar 2004, p. 21

- Estatueta: apenas uma parte
- Cores: amarelo, cinza (diferentes tonalidades) e branco



Oscar 2004, p. 23

- Estatueta: apenas uma parte
- Cores: amarelo, cinza (diferentes tonalidades) e branco



Oscar 2005, p. 18

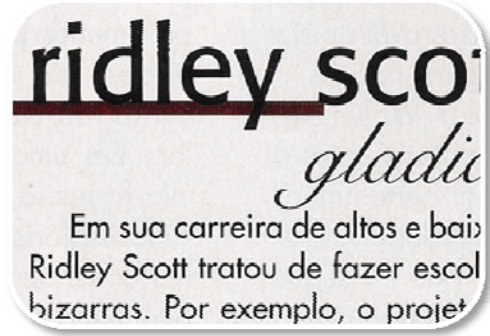
- Estatueta
- Cores: amarelo, azul claro, azul-violetado

Figura 09 – Exemplos de antecipação na revista SET



Oscar 2000, p. 72

- Indicação da categoria de Melhor Atriz: destaque para a palavra “atriz”
- Contraste entre branco e preto



Oscar 2001, p. 52

- Contraste tipográfico: tipos maiores (nome do indicado), tipos manuscritos (nome do filme), tipos menores (texto)



Oscar 2002, p. 32

- Estatueta
- Grande contraste: amarelo (dourado) e azul em duas tonalidades



Oscar 2005, p. 16

- Estatueta
- Pequeno contraste: preto e azul-violetado
- Grande contraste: preto e branco



Oscar 2006, p. 24

- Estatueta
- Contraste: preto, amarelo e branco



Oscar 2006, p. 24-25

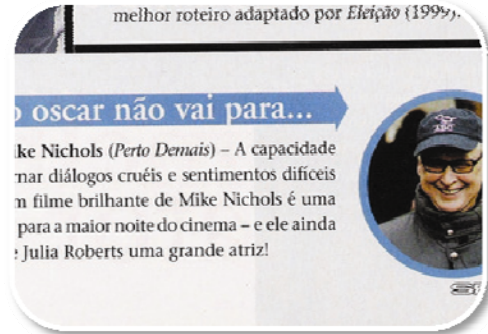
- Contraste: tamanho das fotos
- Contraste: branco e cinza (diferentes tonalidades)

Figura 10 - Exemplos de discriminação/diferenciação na revista SET



Oscar 2005, p. 20

- Estatueta
- Cores: azul claro (referência a *O Aviador*), azul-violetado e amarelo



Oscar 2005, p. 21

- Cores: azul claro (referência a *O Aviador*), branco e preto



Oscar 2007, p. 20-21

- Fotos e textos: tamanhos e posições diferenciados reduzem percepção de favoritismo



Oscar 2007, p. 22

- Fotos em tamanhos e posições diferenciados reduzem percepção de favoritismo



Oscar 2004, p. 20-21

- Fotos e textos: tamanhos e posições bem demarcados e contrastantes indicam favoritismo



Oscar 2004, p. 28

- Fotos e textos: tamanhos e posições bem demarcados e contrastantes indicam favoritismo

Figura 11 - Exemplos de condensação e intensificação na revista SET



Oscar 2000, p. 34-35

- Posicionamento de fotos e textos: redução gráfica
- Enfoque: redução editorial



Oscar 2002, p. 34-35

- Posicionamento de fotos e textos: redução gráfica
- Enfoque: redução editorial



Oscar 2004, p. 28

- Posicionamento de fotos e textos: redução gráfica
- Enfoque: redução editorial



Oscar 2006, p. 26

- Posicionamento de fotos e textos: redução gráfica
- Enfoque: redução editorial



Oscar 2008, p. 50

- Posicionamento diferenciado de fotos e textos
- Enfoque criativo



Oscar 2009, p. 34-35

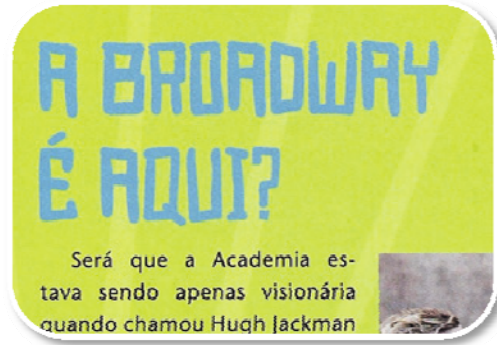
- Posicionamento diferenciado de fotos e textos
- Enfoque criativo

Figura 12 - Exemplos de redução na revista SET



Oscar 2009, p. 21

- Uso de cores saturadas



Oscar 2009, p. 35

- Uso de cores saturadas

Figura 13 - Exemplos de saturação na revista SET



Oscar 2004, p. 22-23

- Diagramação totalmente padronizada



Oscar 2004, p. 24-25

- Diagramação totalmente padronizada



Oscar 2005, p. 22-23

- Diagramação totalmente padronizada



Oscar 2005, p. 26-27

- Alteração na diagramação por razões de espaço
- Categorias “menos importantes”

Figura 14 – Exemplos de neutralização na revista SET



Oscar 2006, p. 18-19

- Box em cor destacada e cortando a página verticalmente, separando os indicados



Oscar 2006, p. 19

- Detalhe do box em cor destacada



Oscar 2006, p. 20-21

- Box em cor destacada e cortando a página verticalmente, separando os indicados



Oscar 2006, p. 20

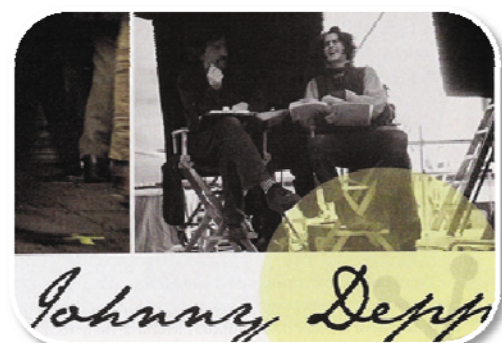
- Detalhe do box em cor destacada, próximo à indicação da categoria

Figura 15 – Exemplos de dissonância na revista SET



Oscar 2008, p. 52

- Fotografia em preto e branco com detalhes em verde
- Imagens da animação originalmente em preto e branco



Oscar 2008, p. 37

- Fotografia em preto e branco

Figura 16 – Exemplos de omissão/sonegação



Oscar 2000, p. 26

- Estatueta de frente
- Cores: amarelo (dourado), vermelho escuro, preto e branco



Oscar 2004, p. 21

- Parte da estatueta
- Cores: amarelo (dourado) e cinza



Oscar 2006, p. 18

- Parte da estatueta
- Estatueta de lado
- Cores: amarelo (levemente esverdeado) e preto



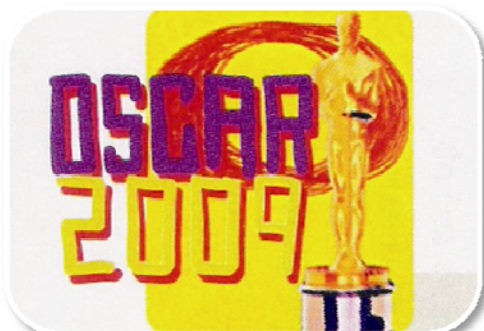
Oscar 2007, p. 20

- Estatueta de frente
- Imagem reticulada da estatueta
- Cores: azul, laranja e branco



Oscar 2008, p. 25

- Estatueta de frente
- Cores: amarelo (dourado), branco, cinza e preto



Oscar 2009, p. 18

- Estatueta de frente
- Imagem com cores saturadas
- Cores: amarelo, laranja, vermelho e roxo

Figura 17 – Exemplos de maquiagem/camuflagem

ANEXOS

ANEXO A – Índices de audiência do Oscar nos Estados Unidos da América de acordo com a The Nielsen Company

Ano	Número de espectadores	Porcentagem da audiência
2000	46,53 milhões	29,64%
2001	42,93 milhões	25,93%
2002	40,54 milhões	24,13%
2003	33,04 milhões	20,58%
2004	43,56 milhões	26,68%
2005	42,16 milhões	25,29%
2006	38,64 milhões	22,91%
2007	39,92 milhões	23,65%
2008	31,76 milhões	18,66%
2009	36,94 milhões	21,68%

Tabela 9 – Índices de audiência do Oscar nos Estados Unidos.

Fonte: THE NIELSEN COMPANY. **TV Ranking**. Disponível em: <<http://en-us.nielsen.com>>. Acesso em: 4 set. 2009.