

VOLUME IV

RESEARCH AND TEACHING IN DESIGN AND MUSIC

INVESTIGAÇÃO E ENSINO
EM DESIGN E MÚSICA

INVESTIGACIÓN Y ENSEÑO EN
DISEÑO Y MÚSICA

CHAPTER I
ARTIGO 1

DOI: 10.53681/2024.103/03

INSTANTÂNEO DA TIPOGRAFIA DOS JORNAIS IMPRESSOS EM PORTUGAL

RESUMO

O ensino do design tem vindo a fazer evoluir o desenvolvimento de competências perante a complexidade crescente da realidade. Com um enquadramento teórico construído a partir de contributos recentes sobre o tema, realizámos um estudo exploratório envolvendo estudantes de design. Com o objetivo de compreender as condições da abordagem aos problemas complexos refletimos de modo mais alargado sobre o contexto de ensino-aprendizagem do século XXI. Os estudantes abordaram um problema complexo, um problema real colocado por um interlocutor real. Começámos por aferir da perceção dos estudantes sobre as condições do ambiente e das particularidades inerentes a aspetos intrapessoais. Permitindo-lhes escolher o nível de abordagem ao problema observámos o seu desempenho em sessões autónomas de interação com o interlocutor, previamente preparadas. Completámos os dados em análise com as razões identificadas pelos próprios estudantes para o seu desempenho. A partir dos resultados formulámos um conjunto de questões sobre as condições do contexto de ensino-aprendizagem, que podem contribuir para desenvolver e aprofundar a reflexão sobre os desafios colocados ao ensino do design pela necessidade de abordagem à complexidade. Na nossa perspetiva, as condições a que têm de responder os contextos de ensino terão que permitir que a resposta à complexidade seja alcançada pelo domínio de competências cujo foco seja dirigido para os problemas.

PALAVRAS-CHAVE

Tipografia, Tipos de Letras, Jornais impressos, Ciências da Comunicação.

ABSTRACT

Design teaching has been advancing the development of skills in the face of the growing complexity of reality. With a theoretical framework built from recent contributions on the topic, we carried out an exploratory study involving design students. With the aim of understanding the conditions for approaching complex problems, we reflect more broadly on the teaching-learning context of the 21st century. The students addressed a complex problem, a real problem posed by a real interlocutor. We begin by assessing the students' perception of environmental conditions and the particularities inherent to intrapersonal aspects. Allowing them to choose the level of approach to the problem, we observed their performance in autonomous interaction sessions with the interlocutor, previously prepared. We completed the data under analysis with the reasons identified by the students themselves for their performance. Based on the results, we formulated a set of questions about the conditions of the teaching-learning context, which can contribute to developing and deepening reflection on the challenges posed to design teaching by the need to approach complexity. From our perspective, the conditions to which teaching contexts must respond will have to allow the response to complexity to be achieved through the mastery of skills whose focus is directed towards the problems.

KEYWORDS

Typography, Typefaces, Printed newspapers, Communication Sciences.

Ana Suzete

Afonso Lopes

1. INTRODUÇÃO

Um dos pontos de convergência entre o design gráfico e as ciências da comunicação é a tipografia dos jornais impressos. A associação entre comunicação e representação existe desde que o homem quis se expressar. Phillip Meggs afirma que o início da comunicação visual está nas primeiras representações pictóricas da pré-história, pois têm funções de sobrevivência, utilitárias e ritualísticas (Meggs, 2016). Esta era uma linguagem pictórica que evoluiu durante milênios até chegar ao abecedário atual. Apesar de já não ser pictórico, nem ter o cunho pessoal da escrita manual, o desenho das letras nos fornece informações além do seu significado linguístico. Historicamente, os jornais, como meio de comunicação, sempre souberam tirar partido e estudar quais os tipos de letras que melhor se adaptam à imagem que querem transmitir (Barnhurst, 1992).

Os dados apresentados neste documento são parte de um estudo mais exaustivo sobre os tipos de letras nos jornais impressos em Portugal, aqui serão apenas apresentados os dados relativos ao número e anatomia dos tipos de letras fornecidos pela amostra. Para responder aos objetivos estabelecidos, foi criado um questionário sobre a natureza do jornal e a folha de estilos usada na paginação. Este foi disponibilizado via web e enviado por email às redações dos jornais impressos com registo na ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social). Numa posterior investida, as redações foram contactadas via telefone. Os dados assim obtidos foram tratados primeiro na generalidade, numa análise de frequência de quantos e quais os tipos de letras usados; depois foi calculada uma folha de estilos com as médias e padrões descobertos. Foram categorizados os tipos de letras e foram feitos vários cruzamentos de dados para perceber se existiam relações entre eles e a paginação. As conclusões retiradas são uma leitura entre números e teorias porque “A teoria é uma especulação sobre algo ao invés de uma prática.” (Crow, p.14, 2013).

2. A SEMIÓTICA DA TIPOGRAFIA

“A tipografia *'pode ser definida como o ofício de dispor corretamente o material a imprimir para atingir um objetivo específico – o de colocar as letras, distribuir os espaços e controlar os tipos, de forma a oferecer ao leitor a máxima ajuda na compreensão do texto.*” (Morrison em 'Texts on Type: Critical Writings on Typography', p.183, 2001). A tipografia é discurso ilustrado, conteúdo e imagem que não devem ser apenas vistos pelo seu significado gramatical. Sarah Hyndman cita o neurocientista David Lewis, que descreve os tipos de letras como estando “*escondidos à vista de todos*” (Hyndman, p.31, 2016) e explica que transmitem informação supraliminar, ou seja, a informação que está no limiar da consciência. Podemos, ou não, ter a consciência racional da informação que nos transmitem (idem). No quadro clássico da comunicação, temos, num extremo, um emissor que quer passar uma mensagem ao receptor, no outro extremo, através de um canal, tendo como suporte um meio (Casab, 2001). Quando uma mensagem é transmitida oralmente, o receptor não interpreta só a informação contida nas palavras, pois a entoação, o tipo de voz e a construção gramatical são tão ou mais importantes que o conteúdo da mensagem. Se esta mensagem for trocada presencialmente, além dos fatores já mencionados, a forma de se vestir e a linguagem corporal do emissor, assim como o contexto em que

a mensagem é transmitida, podem alterar por completo a interpretação da mensagem (Crow, 2013). A teoria de Peirce define este processo como semiose, não sendo uma troca unidirecional de informação com significado fixo, alterando-se a leitura do signo segundo a natureza e história do recetor. "O seu passado, educação, cultura e experiência têm peso na maneira como interpreta o signo." (Crow, p.36, 2013). A semiótica de Peirce define o tipo de letra como um signo simbólico, pois aprendemos o seu significado. O alfabeto é um sistema de signos que associamos a sons cujo significado é ditado por regras dentro de um conjunto de indivíduos que falam a mesma língua. Na aprendizagem da escrita desses signos, criamos uma expressão própria: a caligrafia individual. Quando escrevemos texto em processadores de texto, retiramos expressividade e perdemos a individualidade. Há uma normalização e neutralidade da imagem do texto (Barbieri, 2013). No entanto, o texto não deixa de ter diferentes dimensões de significado, pois as construções gramaticais, as figuras de estilo, o vocabulário e o ritmo de leitura mudam de emissor para emissor.

"Todos os textos são multimodais. A linguagem tem sempre de ser realizada por meio de outros modos semióticos e vem acompanhada deles. (...) Quando escrevemos, a nossa mensagem é expressa não apenas linguisticamente, mas também por meio de um arranjo visual de marcas numa página. Qualquer forma de análise de texto que ignore estes fatores não será capaz de conter todos os significados expressos nos textos" (Van Leeuwen & Kress, p.25, 1995). Esta análise multimodal de palavras e textos, com várias dimensões de transmissão de informação, deve abranger a sua imagem, desenho e ritmo de composição visual, para haver uma compreensão da mensagem num todo visualmente.

Ao longo do tempo, observou-se uma evolução dos conhecimentos e regras das composições gráficas, tanto numa vertente semiológica como na vertente prática e teórica dos designers editoriais. Numa sociedade em que o nosso campo visual é bombardeado constantemente por estímulos visuais, dos quais os tipos de letras são o ponto de foco ou atores secundários, transformamo-nos em consumidores conscientes ou inconscientes de tipos de letras. "Os tipos influenciam o que vemos, influenciam as nossas escolhas porque todos nós instintivamente entendemos o que eles nos comunicam, e ao longo de nossas vidas aprendemos a interpretar as referências." (Hyndman, p.16, 2016). Esta aprendizagem faz de cada observador um especialista, pois segundo a sua história de vida, idade, nacionalidade (pois a leitura de imagens varia de cultura para cultura), vai fazer uma interpretação diferente da mesma mensagem. Esta leitura vai ditar todas as suas decisões, como o que vai consumir, ler e acreditar (idem). Como consumidores de tipos de letras, temos "um sentido intuitivo de quando o tipo se encaixa na situação e quando não. Quando o tipo é apropriado para o conteúdo, ele melhora a experiência de leitura..." (Hyndman, p.56, 2016). Este princípio, além da evolução tecnológica dos meios de impressão, vai ditar a evolução e morfologia do layout dos jornais ao longo dos séculos.

3. OS JORNAIS E A TIPOGRAFIA

A tipografia de um jornal define qual o tipo de jornal que estamos a ler, os conteúdos linguísticos que transmitem está relacionado com a imagem das palavras. Um tipo de letra sem serifa pode-nos parecer mais casual e uma fonte de informação menos fidedigna, comparativamente a um texto num tipo de letra serifado (Hyndman, 2016). “Escolha um tipo cujos ecos e associações históricas estejam em harmonia com o texto.” (Bringhurst, p. 98, 2004).

A imprensa escrita pode ser classificada pelo seu âmbito geográfico, temática e, segundo Casasús (1979), através da relação evidente entre o seu design e conteúdo. Este autor classifica quatro modelos de jornais:

- A imprensa informativo-interpretativa: caracteriza-se pela sobriedade no uso de elementos tipográficos, equilibrando poucas imagens com a utilização de um número reduzido de famílias de tipos de letras, de corpo e mancha moderados com os quais é criada hierarquia visual.



Fig. 1. Jornal Expresso de 23 de maio 2024. (fonte: <https://www.vercapas.com/capa/expresso.html>)

- A imprensa popular-sensacionalista: apresenta uma paginação desequilibrada com múltiplos centros de impacto visual, utilização de cor, sendo a tipografia variada e sem serifas, de corpo e mancha de impressão grandes.



Fig. 2. Jornal Correio da manhã de 23 de maio 2024. (fonte: <https://www.vercapas.com/capa/correio-da-manha.html>)

- Imprensa de opinião: caracteriza-se pela heterogeneidade do desenho, priorizando os artigos de opinião sobre a informação, destacando-os tipograficamente com elementos decorativos e tipos de letras ornamentais, além de se caracterizarem por um uso moderado da tipografia e pela preferência por grafismos depurados em que predominam as ilustrações.



Fig. 3. Jornal de Letras de 17 de abril 2024 (fonte: <https://visao.pt/jornaldeletras/capasjl/2024-04-17-jl-1397/>)

- Imprensa híbrida: constituída pelas publicações que têm características das três categorias anteriores. Podem dividir-se em híbridos sensacionalistas-informativos e híbridos de opinião-informativos (Diez & Cuadrado, 2001).



Fig. 4. Diário de Notícias de 23 de maio 2024. (fonte: <https://www.vercapas.com/capa/diario-de-noticias.html>)

Esta classificação, que data de 1979, foi resumida às suas características tipográficas. Sabendo a sua idade, pode parecer envelhecida, mas se olharmos para uma banca de jornais ou algum site de capas de jornais, veremos todas estas categorias ainda bem vivas e presentes nos nossos dias.

Barnhurst & Nemore (1991) afirmam que a tecnologia é um elemento importante, mas não a causa da mudança do design dos jornais. Elementos como a concorrência de outros meios de comunicação e a imagem destes fazem com que os jornais adotem gradualmente novos grafismos. Uma dessas mudanças é o *layout* modular que adotaram devido à concorrência das revistas, mas o *layout*, conteúdo, tamanho e papel de uma revista são muito diferentes dos de um jornal. Outros fatores podem levar à mudança de grafismo, como a procura de uma adaptação aos gostos e modas da altura ou como uma tentativa de cativar público mais jovem. Mas Barnhurst (1998) afirma que a mudança radical de um jornal só ocorre quando este falhou, está em crise, e que a mudança leva à perda da sua bagagem cultural, para se tornar idêntico aos concorrentes. Ao perderem a identidade perdem público, e podem, por consequência, desaparecer.

O design de jornais não abrange só a informação escrita, mas inclui todos os meios que emitem informação: fotografia, infografia, desenho, cor, tipografia e espaçamento entre elementos. O design editorial é mais que o desenho de um *layout* e a criação de uma folha de estilos com os diferentes tipos de letras. É criar mensagens em que se equilibra, com harmonia e lógica, conteúdos com elementos gráficos, de maneira que sejam perceptíveis ao leitor/recetor (Diez & Cuadrado, 2001).

4. A LEGIBILIDADE

Todos os autores falam de regras de legibilidade. O ritmo de leitura, por exemplo, é mais fácil de ser seguido com tipos de letras com maiúsculas e minúsculas. “*As palavras escritas formam unidades de significado, que são os verdadeiros guias de leitura para os adultos, que nunca leem seguindo signo a signo na página. Daí que a escrita em que se misturam letras maiúsculas ou versaletes com minúsculas ou de caixa baixa, são as que têm melhor leitura, pois o perímetro da palavra é mais identificável no segundo caso.*” (Martínez¹-Val, 2003) Podemos olhar para o exemplo da sinalética das estradas: as letras sem serifa com maiúsculas e minúsculas são mais legíveis ao longe. Se fossem todas em letras maiúsculas, seríamos obrigados a ler letra a letra e quando chegássemos ao local ainda não saberíamos onde estávamos, porque quando estamos no exercício da leitura rápida reconhecemos as palavras pela sua forma e não lemos letra a letra (Hyndman, 2016). No que diz respeito ao uso de letras com serifas ou sem serifas em texto corrido, não há consenso, havendo autores que recomendam o uso de letras serifadas porque as serifas permitem mais espaçamento entre as letras e um maior reconhecimento das mesmas, ou até se assemelham às ligações das letras cursivas. Outros autores dizem que a falta de serifas pode ser colmatada com maior espaçamento entre as letras e entre as linhas de texto (Casab, 2001).

[1] Disponível online em <https://www.unostiposduros.com/fundamentos-de-tipometria/>

Os primeiros testes científicos sobre legibilidade dos tipos de letra datam da década de 90 do século XVIII, quando testaram a legibilidade entre o tipo de letra Garamond e os novos tipos de letra Didot (Barnhurst, 1992). Em 1878, Émile Javal descobriu que o olho faz saltos dentro da página enquanto está a ler - os movimentos sacádicos. No início do século XX, Pyke, analisando os estudos posteriores sobre legibilidade, descobre que estes se intensificam aquando do surgimento de um novo tipo de letra. E que, apesar de tentarem descobrir uma verdade científica, os resultados tendem a refletir os costumes e práticas da época, logo, são viciados, pois os novos tipos de letras vão ser menos legíveis que os existentes, porque o leitor já está habituado ao ritmo de leitura destes (*idem*). Nos próprios testes, Pyke descobriu que só mudanças radicais alteram a legibilidade de um tipo de letra e que os leitores acham mais legível o tipo de letra que estão habituados a ler. Nos nossos dias, faria com que um leitor habituado a suportes digitais e internet estivesse mais habituado a ler tipos de letras sem serifa, e os leitores de papel encontrariam os tipos de letras com serifas mais legíveis. Os estudos de Pyke e outros não conseguem ser universais, mas ele recomendou tipos de letra simples, em que o contraste da letra não deve ser demasiado grande. Esta recomendação fez surgir novos tipos de letras neoclássicos ou transacionais, sobretudo para jornais. Os estudos sobre legibilidade continuaram durante as décadas seguintes, conseguindo medir a quantidade de palavras lidas por minuto, a distância ideal de leitura, entre outras.

Estes estudos, como outros, acabaram por se tornar regras, mas estes são feitos com uma amostra de população em ambientes controlados e não têm em conta um dos principais fatores, que é a motivação e interesse do leitor. O mesmo acontece com o uso de colunas maiores ou menores, na medida em que os tamanhos das linhas influenciam a nossa leitura, e a leitura de um texto distribuído por colunas mais curtas tem mais ritmo do que a leitura de um texto com longas linhas na horizontal. Apesar de este último ser mais agradável, tudo depende do interesse do leitor na temática do conteúdo que está a ler (Barnhurst, 1999). Há regras, como o espaçamento entre linhas, que devem ser controladas, pois muito espaçamento aliena as linhas umas das outras, e se este for muito curto, confunde e dificulta a leitura da linha. Este espaçamento deve adequar-se ao tipo de letra, porque letras com proporções mais verticais e ascendentes e descendentes maiores exigem espaçamentos maiores entre as linhas (Carter, 2015).

“Quanto maior o peso de um elemento, maior é a sua saliência. A saliência é o resultado de uma combinação de fatores: tamanho, contrastes no valor tonal ou na cor, diferenças na nitidez do foco, localização no campo visual e também fatores culturais específicos, como a aparência de uma figura humana ou outro símbolo cultural forte.” (Coelho, p. 4, 2008) As variações de peso e tamanho de um tipo de letra criam hierarquia dentro de um *layout*. O título de um artigo “deve” ser o primeiro texto que o leitor lê, por isso está, por norma, numa escala maior e com maior peso. De seguida, o olhar deve viajar dentro da página para texto ou elementos enfatizados pelo paginador (Harrower & Elman, 2012). A folha de estilos de um jornal determina quais os tipos de letras, o tamanho, peso e estilo destes, além de ditar quando devem ser utilizados. Nenhum autor recomenda o uso de mais de dois tipos de letras num *layout*, mas estes podem ser usados na extensão da sua mais ou menos alargada família. Esta regra existe porque dois tipos de letras não serifados podem confundir o leitor, pois são demasiado similares; o mesmo acontece com os tipos de letras serifados (Arroyo, 2014).

A composição de um jornal não é estática ou linear. A primeira página pode, ou não, seguir a paginação do miolo. Os conteúdos são diferentes, por isso, pode ser necessário utilizar, na primeira página, um maior número de variações de estilos no tipo de letra (Harrower & Elman, 2012). Mas o foco deverá ser a criação de uma dinâmica harmoniosa entre imagens, títulos e espaços em branco. *“Os brancos da maquete, no cabeçalho, na parte inferior e nas laterais, são importantes. A mesma caixa de texto pode parecer diferente dependendo dos espaços em branco que a rodeiam. Deve-se considerar que, por si só, os brancos são funcionais, acalmam a leitura e têm enormes possibilidades estéticas.”* (Martínez-Val, 2003). Existem muitas regras e fórmulas para criar harmonia dentro de uma composição, para colocar ênfase ou criar dinamismo, mas podemos olhar para elas como linhas condutoras e não como regras rígidas.

Em design gráfico, estabelece-se que o que vai chamar a atenção do observador vai ser o que o afeta e é do seu interesse, logo, é um valor variável que vai depender da experiência, natureza e cultura do público-alvo. As hierarquias naturais e culturais são valores dos quais não temos consciência, mas que ditam o modo como observamos e interpretamos a informação que visualizamos (Juarez, 2006). Todas estas hierarquias podem perder ou ganhar peso/valor segundo o contexto e composição visual em que são inseridas (*idem*). Estes critérios de lógica visual são inerentes a todos

e são aplicados consciente ou inconscientemente pelos profissionais de design gráfico. Ellen Lupton, ao teorizar sobre o design gráfico do início do século XXI, afirma que “*Teoria*” e “*design gráfico*” sempre foram uma união problemática. Embora o design gráfico seja muitas vezes abordado de forma mais intuitiva do que intelectual, a teoria raramente é uma parte explícita da prática do design.” (Heller, p. 58, 2001). Baseado na intuição, o design gráfico é mais personalizado, mas também mais difícil de prever qual será a sua evolução ou perceber qual a tendência atual.

5. DADOS² E LEITURAS

“Quando nasceu a imprensa diária, iniciou-se na sociedade uma transformação profunda porque se estabeleceu nela a necessidade de obter, todos os dias, os quatro conceitos que configuram os conteúdos do chamado quarto poder: informação, opinião, instrução e lazer.” (Arribas, p. 21, 2005) O mesmo autor defende que os jornais conseguiram cumprir este papel durante três séculos, até serem substituídos por outros meios de comunicação. A informação impressa começou por viajar, ao contrário da instantaneidade da velocidade da luz a que viaja na atualidade, à velocidade da motricidade animal ou ao sabor do vento que enfunava as velas dos navios. Ou seja, as primeiras notícias eram datadas e escassas; hoje, a maioria dá preferência e confia no pequeno ecrã dos dispositivos móveis para nos atualizarem sobre a notícia que se tornou na verdadeira aceitação da palavra, de última hora.

Os jornais impressos, assim como a maioria da imprensa escrita, têm tiragens cada vez menos numerosas, e Portugal não é exceção. Nas últimas décadas desapareceram muitos dos títulos que povoavam os quiosques de rua (segundo a Pordata³, que fornece dados de 1970 a 2020). Os jornais mudaram a sua periodicidade, saem à rua impressos com menos frequência, especializando-se e priorizando as notícias de cariz investigativo (Sousa, 2001), enquanto as notícias do imediato, que precisam de sair na hora, são publicadas nos seus sites e/ou redes sociais. Os canais de informação via internet são os únicos que cresceram nas últimas décadas (Pordata⁴). Esta realidade foi agravada por dois anos e meio de pandemia, em que as pessoas não podiam sair à rua, e pela recente guerra na Europa. Vivemos tempos conturbados e instáveis, que levam as publicações a optar exclusivamente por meios comunicação mais baratos e de fácil manutenção. Os dados obtidos neste estudo comprovam que, como diz Barnhurst (1998), os jornais só mudam graficamente quando estão em crise, daí podermos concluir que 52,6% dos que responderam ao questionário estão a ter dificuldades em sobreviver porque alteraram a sua imagem gráfica nos últimos três anos.

Não é possível quantificar numericamente o quão são importantes os tipos de letras num jornal, mas podemos concluir que são importantes quando contabilizamos a quantidade de tipos de letras diferentes que foram mencionados nas respostas. Nas 134 respostas há menção a 187 tipos de letras, o que pode revelar a vontade das publicações em criar uma imagem própria, ou seja, uma identidade visual que não seja passível de ser confundida. Os jornais com mais meios adquiriram famílias de tipos de letras personalizadas para as suas publicações e, seguindo o que diz Bringhurst (p. 102, 2004), “A consistência é uma das formas de beleza.

[2] Os dados foram recolhidos através de questionário web e/ou contacto telefónico entre 25 de maio a 5 de julho de 2022, tiveram como base de recolha a lista da ERC.

[3] Disponível online em <https://www.pordata.pt/Portugal/Jornais+e+outras+publica%C3%A7%C3%B5es+peri%C3%B3dicas+t%C3%ADtulos+publicados-180>

[4] Disponível online em <https://www.pordata.pt/Portugal/Jornais+e+outras+publica%C3%A7%C3%B5es+peri%C3%B3dicas+total+e+por+suporte+de+difus%C3%A3o-2240>

O contraste é outro. Uma bela página, até mesmo um belo livro, pode ser configurada do começo ao fim em um tipo em um tamanho. Também pode estar repleto de variedades, como uma floresta equatorial ou uma cidade moderna.” A última parte desta citação ilustra o oposto do que se verifica na correlação descoberta entre o número de tipos de letras e os estilos utilizados. Segundo os dados analisados, quanto maior o número de tipos de letras diferentes usados num jornal, maior é o número de estilos usados. Esta correlação pode ser lida como uma falta de meios financeiros das publicações, pois uma família de tipos é mais dispendiosa do que diferentes tipos de letras passíveis de serem descarregados gratuitamente na internet, ou pode ser lida como uma escolha estética.

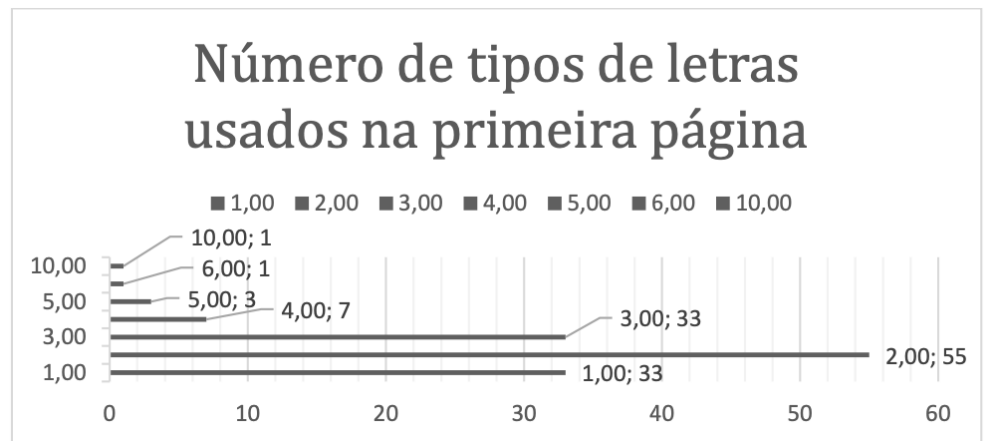


Fig. 5. Número de tipos de letras usados na primeira página.

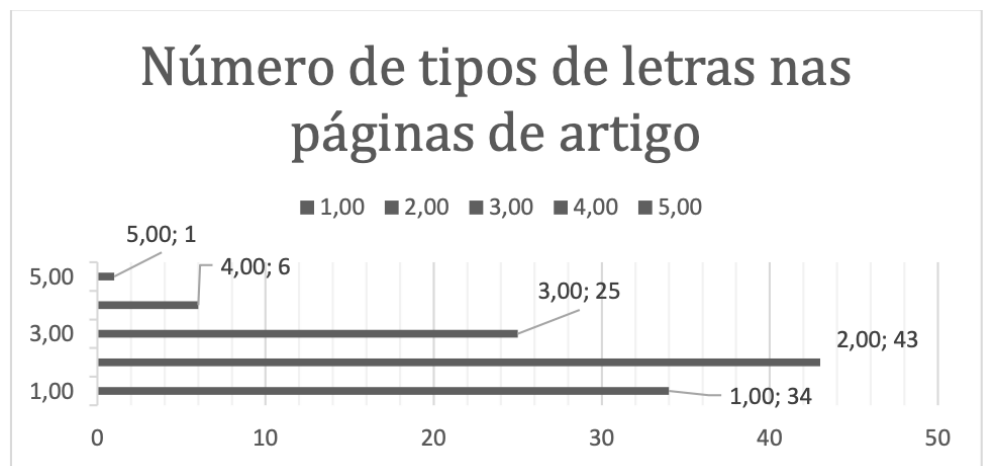


Fig. 6. Número de tipos de letras nas páginas de artigo.

Em relação ao número de diferentes tipos de letras utilizados na paginação dos jornais, os dados não revelam um padrão claro porque a maioria dos jornais usa entre um e três tipos de letras. No entanto, numa liberdade total e procura de diferenciação, uma das respostas continha 10 tipos de letras diferentes. O uso de tipos de letras sem serifa e/ou web safe pode revelar uma tentativa de criar uma imagem coerente entre a presença online e a versão impressa das publicações pois, segundo Coelho (p. 1, 2008), “Os jornais portugueses, como muitos outros jornais europeus, estão a tornar-se cada vez mais visuais. Mesmo nos chamados jornais de qualidade, as páginas impressas parecem menos densas do que costumavam ser, têm menos texto, mais fotos e cores e seus layouts de primeira página são organizados de acordo com a lógica visual do ecrã.”

Numa categorização dos tipos de letras com e sem serifas conseguimos perceber que há um padrão, onde mais de metade dos jornais utiliza a combinação de tipos de letras com serifas e sem serifas na sua paginação, como recomendam Diez & Cuadrado (2001).

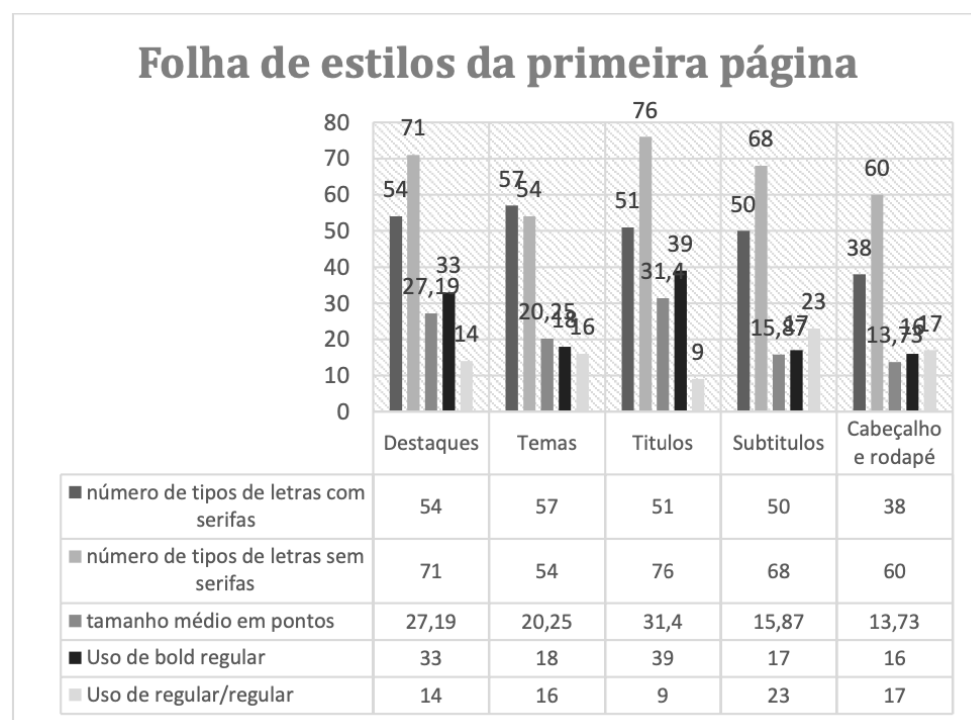


Fig. 7. Folha de estilos da primeira página.

A folha de estilos da primeira página revela uma norma de tamanhos e ênfase, os títulos são os que têm mais destaque pelo tamanho e peso na primeira página, seguidos pelos destaques, temas, subtítulos, até ao rodapé e cabeçalho, que têm as letras mais pequenas. De mencionar que 16 sobre 134 jornais têm um tipo de letra alternativo para os destaques, pode-se especular que o tipo de letra varia segundo a natureza da notícia. Na página de artigo, por ordem crescente, o texto maior é o dos títulos, seguido pela temática, subtítulos, frases de destaque, nome do autor e as letras mais pequenas são o texto corrido. Podemos traçar, por esta ordem, um percurso de leitura para cada uma das páginas, que é acentuado pela variação no uso dos estilos, que vai maioritariamente do black ao regular. De salientar que a legibilidade do texto corrido é facilitada porque 66% dos jornais usam tipos de letra com serifas para o texto corrido, “*Em geral, as famílias de origem romana, com serifas de pé, funcionam melhor como tipo de leitura em impressão. Ao contrário, aquelas sem serifas, dão melhores resultados em monitores e ecrãs, principalmente quando falamos de resoluções baixas.*” (Martínez-Val, 2003).

Os dados revelam algumas incoerências gráficas, que ficam registadas em 21% das respostas em que há discordância na presença de tipos de letras com e sem serifas na primeira página e na página de artigo. A imagem de uma publicação perde coerência visual se, por exemplo, só tiver tipos de letras sem serifas na primeira página e tiver uma combinação de letras serifadas e não serifadas nas páginas de artigo. O mesmo acontece se usar tipos de letras diferentes, e 21% dos jornais que responderam usam menos de 50% dos mesmos tipos de letras na primeira página e na página de artigo. “*A tipografia faz pelo menos dois tipos de sentido, se é que faz algum sentido. Faz sentido visual e sentido histórico. O lado visual da tipografia*

está sempre em exibição, e os materiais para o estudo de sua forma visual são muitos e difundidos. A história das formas das letras e seu uso também é visível, para aqueles com acesso a manuscritos, inscrições e livros antigos, mas para outros é amplamente oculta.” (Bringhurst, p. 9, 2004).

Este estudo não revela respostas absolutas. O conteúdo escrito dos jornais impressos sofreu grandes alterações nas últimas décadas, e a leitura de notícias é geralmente feita pelos consumidores através de meios digitais. Este pode ser um momento de transição na forma como consumimos informação escrita e na forma como a lemos.

Nas 133 respostas consideradas válidas para este estudo, 18 eram de jornais de âmbito nacional e 115 de jornais de âmbito regional. Os dados recolhidos levaram a ilações e suposições que não devem ser lidas como regras, porque este é um estudo realizado no âmbito das ciências sociais e humanas. Como tal, tem como fornecedor de informação o ser humano, que a própria semiótica define como suscetível de fazer uma leitura variável da mesma mensagem.

Generalizar ou olhar apenas para os números é ignorar a riqueza e diversidade que os jornais nacionais proporcionam, e a luta, com mais ou menos recursos, para oferecer informação escrita impressa aos seus leitores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arroyo, R. G., (2014). *Pecados tipográficos: Diez mandamientos para no cometer graves errores en el uso de la tipografía*.
- Barbieri, D., (2013). *Mirar y ler: de la pintura a la tipografía*. DeSignis: Publicación de la Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS), ISSN 1578-4223, No. 21.
- Barnhurst, K. G., (1992). *The Impact of Legibility Science on the Visual Design of Newspapers*. Imagery in Science & the Arts.
- Barnhurst, K. G., (1998). *Are Graphic Designers Killing Newspapers?* Revista Latina de Comunicación Social 5.
- Barnhurst, K. G., (1999). *The Influence of Layout on the Perceived Tone of News Articles*. Journalism & Mass Communication Quarterly vol 76.
- Bringhurst, R., (2004). *The elements of typographic style*. Vancouver, Canada: Hartley & Marks, ISBN 0881791326.
- Carter, R., Meggs, P. B., Day, B., Maxa, S., Sanders, M., (2015). *Typographic design: form and communication*. Wiley, ISBN 978-1-118-71576-5.
- Casab, S., (2001). *DISEÑO EDITORIAL*. UNITEC Atizapán.
- Cassasús, J. M., (1979). *Ideología y análisis de los medios de comunicación*. Dopesa. Barcelona.
- Coelho, Z. P., (2008). *Front Page Layout and Reading Paths: the Influence of Age on Newspaper Reading*. Revista de estudos em comunicação no4 NOV.
- Crow, D., (2013). *No te creas una palabra. Una introducción a la semiótica*. Promotora de prensa internacional, s.a., ISBN 8493588113.
- Díez, L. G. & Cuadrado P. P., (2001). *Principios básicos sobre diseño periodístico*. Editorial Universitas, S. A. Madrid.
- Gürtler, A., Prologo de Arribas, J., (2005). *Historia del periódico y su evolución tipográfica*. Campgràfic Editors, S.L., ISBN 10: 8493344672 / ISBN 13: 9788493344672.
- Harrower, T.; Elman, J., (2012). *The Newspaper Designer's Handbook*. McGraw Hill, ISBN 100073512044.
- Heller, S.; Meggs, P. B., (2001). *Texts on type : critical writings on typography*. Allworth Press, ISBN-10 1581150822.
- Hyndman, S., (2016). *Why Fonts Matter*. London: Virgin Books, ISBN100753557231.
- Juárez, D. Á., (2006). *Introducción a la Tipografía*. Universidad de Londres.
- Lupton, E., (2010). *Thinking With Type Second Revised & Expanded A Critical Guide For Designers, Writers, Editors, And Students*. PRINCETON ARCHITECTURAL PRESS, ISBN 9781568989693.
- Martínez-Val, J., (2003). *Fundamentos de tipometría*. <https://www.unostiposduros.com/fundamentos-de-tipometria>.
- Meggs, P. B.; Purvis, A. W.-Meggs', (2016) *History Of Graphic Design*. JOHNWILEY&SONS INC., ISBN 9781118772058.
- Van Leeuwen, T. & Kress, G., (1995). *Critical Layout Analysis. Internationale Schulbuchforschung* Vol. 17, No. 1, Berghahn Books.

COMO REFERENCIAR ESTE ARTIGO

Lopes, A., & Suzente, A. (2024). Instantâneo da tipografia dos jornais impressos em Portugal. *In* Raposo D., Neves J., Silva R., Castilho, L.C. & Dias R.. Research and Teaching in Design and Music Vol. IV (3-16). Convergências Research Books Collection. Editions IPCB. pp. <https://doi.org/10.53681/2024.103/03>

A Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes é uma publicação de Acesso Livre, com E-ISSN e avaliação paritária cega, que publica artigos nas áreas do design, da música e artes visuais.

A Revista Convergências publica gratuitamente artigos Originais, Casos de Estudo ou Artigos de revisão da literatura, avaliados por pares, que explanam experiências e resultados de investigação e prática nas áreas do design, da música e das artes visuais, em todos os seus domínios de aplicação, bem como da sua história, do seu ensino e aprendizagem.

A Convergências pretende ser uma interface internacional aberta que promove a discussão entre investigadores, académicos e profissionais da indústria, relatando novas pesquisas, teorias, princípios, procedimentos ou técnicas relevantes para o design, artes visuais e musicologia / música. Ainda, disseminar novas perspectivas teóricas, novas práticas, processos, métodos e técnicas que resultam de pesquisa fundamentada em projetos, teoria e experiência de ensino ou de outras relações entre dados existentes, com resultados aplicáveis nas áreas da revista.

É publicada nos meses de maio e novembro de cada ano, artigos escritos em português, inglês e espanhol. A chamada de trabalhos decorre em permanência até ao último dia do mês de março e de setembro de cada ano.

Convergências - Revista de Pesquisa e Ensino das Artes is an Open Access publication, with E-ISSN and blind peer review, which publishes articles in the areas of design, music and visual arts.

The Convergências Journal publishes free of charge Original articles, Case Studies or Literature Review Articles, peer-reviewed, which explain experiences and results of research and practice in the areas of design, music and visual arts, in all their domains of application, as well as as well as its history, teaching and learning. Convergences aims to be an open international interface that promotes discussion among researchers, academics and industry professionals, reporting new research, theories, principles, procedures or techniques relevant to design, visual arts and musicology/music. Furthermore, disseminate new theoretical perspectives, new practices, processes, methods and techniques that result from research based on projects, theory and teaching experience or other relationships between existing data, with results applicable in the areas of the journal.

It is published in the months of May and November of each year, articles written in Portuguese, English and Spanish. The call for papers is ongoing until the last day of March and September of each year.

O projeto editorial Convergências Research Books é uma coleção de livros sobre investigação nas áreas do Design e Música, que resultem de congressos, de editor ou chamada de trabalhos aberta, exigindo *Double-blind peer review*.

Integra as Edições IPCB e está associado à Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes, com quem partilha o nome, embora constituam dois projetos editoriais autónomos. O primeiro volume da coleção Convergências Research Books, foi publicado em 2017 com o título "Investigação e Ensino em Design e Música", que resultou do 5º EIMAD - Encontro de Investigação em Música, Artes e Design, a primeira edição com *Double-blind peer review*. No mesmo sentido, em 2024 o livro "Investigação e Ensino em Design e Música", Volume IV, resulta dos artigos curtos aprovados em *Double-blind peer review* e apresentados no 9º EIMAD - Encontro de Investigação em Música, Artes e Design.

The Convergências Research Books editorial project is a collection of books on research in the areas of Design and Music, which result from conferences, editors or open calls for papers, requiring *Double-blind peer review*.

It is part of Edições IPCB and is associated with Convergências - Journal of Research and Teaching of the Arts, with which it shares the name, although they constitute two autonomous editorial projects. The first volume of the Convergências Research Books collection was published in 2017 with the title "Research and Teaching in Design and Music", which resulted from the 5th EIMAD - Research Meeting in Music, Arts and Design, the first edition with *Double-blind peer review*.

In the same sense, in 2024 the book "Research and Teaching in Design and Music", Volume IV, is the result of short articles approved in *Double-blind peer review* and presented at the 9th EIMAD - Research Meeting in Music, Arts and Design.