



Vinicius José Shindo Mitchell

**A ilustração jornalística e os desafios
para sua experiência em *smartphones***

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-
Graduação em Design da PUC-Rio.

Orientadora: Profa. Luiza Novaes

Coorientador: Prof. Alexandre Farbiarz

Rio de Janeiro

Abril de 2018



Vinicius José Shindo Mitchell

**A ilustração jornalística e os desafios
para sua experiência em *smartphones***

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Profa. Luiza Novaes

Orientadora

Departamento de Artes & Design - PUC-Rio

Prof. Alexandre Farbiarz

Coorientador

UFF

Prof. Ary Moraes Pimenta Filho

UFRJ

Profa. Nathalia Chehab de Sá Cavalcante

PUC-Rio

Profa. Monah Winograd

Coordenador(a) Setorial do CTCH

Centro de Teologia e Ciências Humanas - PUC-Rio

Rio de Janeiro, 4 de Abril de 2018

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Vinicius José Shindo Mitchell

Graduado em Desenho Industrial pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, em 2008.

Ficha Catalográfica

Mitchell, Vinicius José Shindo

A ilustração jornalística e os desafios para sua experiência em smartphones / Vinicius José Shindo Mitchell ; orientadora: Luiza Novaes ; co-orientador: Alexandre Farbiarz. – 2018.

239 f. : il. color. ; 29,7 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2018.

Inclui bibliografia

1. Artes e Design – Teses. 2. Ilustração jornalística. 3. Experiência. 4. Design de notícias. 5. Ilustrador. 6. Ilustração. I. Novaes, Luiza. II. Farbiarz, Alexandre. III. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Artes e Design. IV. Título.

A Gilberto Mitchell
5/11/1951–2/11/2017

Agradecimentos

À professora Luiza Novaes, orientadora, pela oportunidade, disponibilidade e atenção ao longo de dois anos de estudos.

Aos professores e colegas da pós-graduação da PUC-Rio, em especial à Profa. Jackeline Farbiarz, pelas boas vindas e acolhimento em seu grupo de pesquisa, e ao Prof. Alexandre Farbiarz, pela valiosa co-orientação.

Aos professores, membros da banca, Ary Moraes, Nathalia Sá Cavalcante e André Ramos, pela participação e contribuição à pesquisa.

À Fundação Cecierj, pelo incentivo à qualificação e, em especial, a Fábio Alencar, pela gestão com atenção e sensibilidade.

À Rakina Frez, companheira, família que a vida me deu.

À minha mãe, Nice Shindo, pelo apoio constante, exemplo de perseverança e esperança nessa longa caminhada que vamos fazendo juntos, e aos meus irmãos.

Aos ilustradores que colaboraram com a pesquisa, tornando-a possível.

À professora Ísis Braga pela recomendação.

Aos amigos que fiz no mestrado e nos grupos de pesquisa, cujo apoio mútuo foi fundamental.

Aos amigos que participaram de alguma forma deste percurso. Mario Lima, abridor de caminhos; Bruna Saddy, pela generosidade entre ilustradores-pesquisadores; Raphael Vinagre, a quem confio plenos poderes; Fernando Miranda, presente na distância; Helga Birkner, pelas conversas importantes e as recreativas, não menos importantes; Gabriel Cruz, pela disponibilidade de contribuir à pesquisa; André Amaral, pelo companheirismo com os hermanos mais novos. Pelo convívio enriquecedor, em especial ao apoio com sugestão de leituras, revisões e dicas preciosas – Fernando Romeiro, Larissa Averbug, Licia Matos, Elisa Silveira, Cristina Portella, Flávia Saboya, Mariana Caser, Camille Moraes, Patrícia Esteves, Renan Alves e Ulisses Schnaider – e amigos do departamento de Materiais Impressos da Fundação Cecierj.

Resumo

Mitchell, Vinicius José Shindo; Novaes, Luiza. **A ilustração jornalística e os desafios para sua experiência em *smartphones***. Rio de Janeiro, 2018. 239p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A presente pesquisa tem como tema o potencial da ilustração jornalística nos jornais multiplataforma que incluem a versão *mobile* para o acesso por dispositivos móveis. A pesquisa busca compreender **como o ambiente multiplataforma impacta a ilustração e que motivos levam essa ilustração a vir perdendo espaço entre as imagens jornalísticas, gerando dificuldades para sua inserção na versão dos jornais em *smartphones***. Para tanto, foram realizados uma revisão bibliográfica sobre o tema; entrevistas com 40 profissionais de jornais brasileiros (ilustradores e editores); além de um levantamento e análise documental de conteúdo jornalístico ilustrado para jornais digitais e impressos produzidos no período da pesquisa. A pesquisa buscou: identificar as funções da ilustração jornalística; compreender como o ilustrador se insere na rotina produtiva do jornalismo; refletir sobre aspectos do design, layout e composição na produção e apreciação da ilustração; identificar e compreender desafios técnicos presentes na produção e experiência da ilustração em *smartphones* (versões *mobile*); e compreender como o campo profissional percebe a ilustração e o ofício de ilustrador de jornais hoje. Foi considerada Ilustração jornalística toda imagem realizada por profissional Ilustrador para jornais diários, incluindo o Desenho de Humor – Caricatura, Charge, Cartum e História em quadrinhos – e todo desenho que visa ilustrar conteúdo opinativo no jornalismo, assim como a Ilustração para Infografia-Ilustrada. Imagens fotográficas e aquelas com função objetiva no jornalismo informativo, como os infográficos de dados, não foram contemplados.

Palavras-chave

Ilustração jornalística; Experiência; Design de notícias; Ilustrador; Ilustração.

Abstract

Mitchell, Vinicius José Shindo; Novaes, Luiza (advisor). **Newspaper illustration and the challenges for its experience on smartphones**. Rio de Janeiro, 2018. 239p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This research is focused on the potential of news and editorial illustration on multiplatform newspapers that include a mobile version for smartphone access. The study aims at comprehending **how the multiplatform news setting impacts illustration and for what reasons is illustration losing ground among other images on newspapers, making it difficult for its insertion on the mobile versions of them**. Our study undertook a literature review on the subject and interviewed 40 Brazilian professionals from the news industry (illustrators and art editors). Documental research and analysis of illustrated material published during the years of development was also included. The study strove to: identify the functions of newspaper illustrations; to understand how the illustrator fits into today's news routines; to reflect on elements of design, layout and composition in the production and appreciation of illustration; to identify and understand technical challenges for the experience of illustration on smartphones (mobile versions); and to understand how the field of work realizes newspaper illustration and its craft today. Every image produced by a professional illustrator for daily news was considered news illustration, including cartooning – editorial cartoons, caricature and comics – and all drawing illustrating content in opinion journalism as well as information graphics that include illustration. Photographic images and those with an objective role in information journalism, as well as graphics and data visualization, were not included.

Keywords

News illustration; Experience; News Design; Illustrator; Illustration.

Sumário

1. Introdução	15
2. A ilustração jornalística	28
2.1. O conceito de ilustração adotado na pesquisa	28
2.2. A tradição de desenho de humor: caricatura, charge, cartum e histórias em quadrinhos	29
2.3. A ilustração como uma visão ou comentário das notícias	38
2.4. As funções da ilustração: interseção entre Arte e Design	45
2.5. Proposta e exemplos de análise funcional da ilustração	56
3. O ilustrador nas rotinas produtivas do jornalismo	60
3.1. A ilustração jornalística no contexto multiplataforma: todos os profissionais envolvidos precisam atuar como jornalistas?	61
3.2. Entrevistas com ilustradores	65
3.3. Cultura organizacional em empresas jornalísticas	75
3.4. Considerações sobre os dados colhidos nas entrevistas	85
4. Possibilidades de inserção da ilustração nas narrativas interativas do jornalismo digital	89
4.1. Interatividade, narrativa e ruptura de linearidade na mídia digital – conteúdos fragmentados e modulados	90
4.2. Tipos de experiências e interações	98
4.3. Seleção de trabalhos para análise	100
4.4. Considerações sobre a inserção da ilustração nas narrativas interativas digitais	112
5. O olhar dos ilustradores sobre o futuro da ilustração jornalística	114
5.1. Pesquisa de campo: levantamento de dados com ilustradores e editores	114
5.2. Apresentação dos dados quantitativos – Questionário	119
5.3. Apresentação e análise do material qualitativo – entrevista com perguntas abertas	128

6. Considerações finais	201
7. Referências bibliográficas	211
8. Anexos	221
9. Apêndices	222

Lista de figuras

Figura 1 – “Alcance total dos jornais”. Reprodução de infográfico da Folha de São Paulo em 28/3/2016.	17
Figura 2 – A universalidade icônica do estilo cartum (McCloud 1993, p.31).	32
Figura 3 – Charges e as páginas de editoriais.	33
Figura 4 – Exemplos de caricaturas.	35
Figura 5 – Exemplos de página de quadrinhos em cadernos de cultura.	36
Figura 6 – Exemplos de jornalismo em quadrinhos.	38
Figura 7 – Exemplos de ilustrações junto a colunas de opinião e editoriais.	42
Figura 8 – Posicionamentos opostos do desenho na charge e na infografia.	44
Figura 9 – Ilustrações para notícias, acrescentando humor.	45
Figura 10 – Exemplo de ilustração para infográfico ilustrado.	50
Figura 11 – Ilustração hermética, conceitual ou abstrata.	51
Figura 12 – Ilustrações conceituais, herméticas ou abstratas.	54
Figura 13 – Estrutura funcional básica das ilustrações jornalísticas.	57
Figura 14 – Exemplos de análise e identificação funcional.	58
Figura 15 – Exemplos de análise e identificação funcional.	58
Figura 16 – Exemplos de análise e identificação funcional.	59
Figura 17 – Exemplos de análise e identificação funcional.	59
Figura 18 – Infográfico de Mário Kanno (2013).	65
Figura 19 – Experiência profissional dos entrevistados.	66
Figura 20 – Reprodução do site do infografista Alvim (2016).	70
Figura 21 – Ilustrações de André Mello. Reprodução da internet.	72
Figura 22 – Reprodução de infográfico de Mário Kanno (2013).	75
Figura 23 – Caricaturas de Cavalcante. Reprodução de O Globo.	79
Figura 24 – Caricaturas de Lula Palomanes (2016).	80

Figura 25 – Ilustração de Cruz. Reprodução de O Globo.	81
Figura 26 – Posicionamentos diferentes dos ilustradores na rotina.	85
Figura 27 – Relação entre ilustradores e conceitos do jornalismo.	86
Figura 28 – Transformação no perfil profissional da equipe de arte do jornal.	87
Figura 29 – Fragmentação do conteúdo em módulos no jornal digital. Infográfico nosso.	94
Figura 30 – Abertura da narrativa. New York Times. Reprodução da internet.	101
Figura 31 – Ilustração de Niemann sobre fotografia. Reprodução da internet (New York Times).	102
Figura 32 – Ilustração de Niemann. New York Times. Reprodução da internet.	103
Figura 33 – Ilustração de Niemann sobre fotografia. New York Times. Reprodução da internet.	104
Figura 34 – Quadrinhos de Robson Vilalba. Gazeta do Povo. Reprodução da internet.	107
Figura 35 – Quadrinhos de Robson Vilalba. Fonte: Gazeta do Povo. Reprodução da internet.	107
Figura 36 – Imagens da Gazeta do Povo. Reprodução da internet.	108
Figura 37 – Design de Alexandre Lage, Carlos Lemos, Fabio Penna e Mario Leite / Globoesporte.com. Reprodução da internet.	110
Figura 38 – Design de Alexandre Lage, Carlos Lemos, Fabio Penna e Mario Leite / Globoesporte.com. Reprodução da internet.	111
Figura 39 – Perfil dos ilustradores respondentes.	120
Figura 40 – Abrangência geográfica da pesquisa pelos jornais dos ilustradores.	120
Figura 41 – Relação, ambiente e posicionamentos no campo de trabalho.	121
Figura 42 – As equipes de arte nas redações.	122
Figura 43 – Trabalhos realizados pelo ilustrador além de ilustrar.	123
Figura 44 – Participação do Ilustrador nas decisões e sugestões de pauta.	123
Figura 45 – Relação do ilustrador com o Cartunismo.	123

Figura 46 – Relação do ilustrador com a Infografia.	125
Figura 47 – Preferência por trabalho em equipe.	124
Figura 48 – O ilustrador se considera jornalista?	124
Figura 49 – Ilustração para a versão mobile, legibilidade e interatividade.	125
Figura 50 – Questões técnicas para ilustração em smartphones e multiplataforma.	126
Figura 51 – O meio digital e a expectativa de uma imagem em movimento.	127
Figura 52 – Processo de codificação das entrevistas abertas em planilhas.	130
Figura 53 – Prevalência de temas na análise das repostas à pergunta A.	138
Figura 54 – Exemplos da fotografia como ilustração ou charge – comentando e interpretando.	142
Figura 55 – Exemplos de capas ilustradas por trabalhos de design e fotografia.	142
Figura 56 – Prevalência dos temas codificados da pergunta B.	145
Figura 57 – Prevalência dos temas identificados nas repostas da pergunta C.	154
Figura 58 – Exemplos de formatos padronizados para ilustrações e fotografias.	158
Figura 59 – Exemplos de trabalhos especiais online que utilizaram animação.	161
Figura 60 – Exemplo de diagramação em módulos para mitigar a dissociação texto-imagem.	164
Figura 61 – Exemplos de descarte e substituição da ilustração na adaptação multiplataforma.	169
Figura 62 – Exemplo de caricaturas protagonizando apresentação da notícia na versão mobile.	172
Figura 63 – Exemplos de trabalhos especiais, ilustrados e online, que utilizam interatividade.	173
Figura 64 – Infográfico nosso. Republicação de ilustração impressa no digital.	178
Figura 65 – Infográfico nosso. Republicação de ilustração impressa no digital.	178
Figura 66 – Exemplo de padrão de leitura na pesquisa de Holmqvist e Wartenberg (2005, p. 6).	180
Figura 67 – Resumo dos desafios para a experiência da ilustração em jornais	182

mobile.

Figura 68 – Prevalência dos temas identificados nas repostas da pergunta D. 186

Figura 69 – Temas prevalentes nas repostas à pergunta E. 193

Lista de tabelas

Tabela 1 – Síntese das questões da pesquisa.	27
Tabela 2 – Os gêneros jornalísticos, segundo modelo de Melo & Assis (2016).	40
Tabela 3 – Quadro síntese das tipologias de Forlizzi & Battarbee (2004).	99
Tabela 4 – Entrevistas exploratórias realizadas na primeira etapa da pesquisa de campo.	116
Tabela 5 – As cinco perguntas abertas para a segunda etapa da pesquisa de campo.	118
Tabela 6 – Quadro síntese das categorias de diagramação propostas por Rob Waller (2011).	177
Tabela 7 – Quadro síntese dos fatores de influencia do design de Holmqvist & Wartenberg (2005, p.15-16).	179

1. Introdução

Uma criança nascida em 1980 teve, ao longo das duas décadas que se seguiram, uma formação visual cotidiana que incluía novidades como os jornais com vários cadernos coloridos, a geração de jogos eletrônicos caseiros com gráficos em 8 e 16-bit, a popularização do computador pessoal – e das *interfaces gráficas do usuário*¹ pelo manuseio de ícones através de um *mouse* – além do acesso facilitado a uma vasta filmografia mundial e histórica pela massificação de locadoras de videocassete. No meu caso específico, tive farto acesso a leitura em quadrinhos, livros ilustrados e incentivo para fazer colagens e desenhos. Também por influências em casa, meus pais eram fãs da turma do Pasquim, das charges e caricaturas políticas, do hábito da leitura matinal de jornais, além de serem comuns coleções como as de selos e cédulas, itens adquiridos em bancas pelo centro da cidade. Vovô, torneiro mecânico aposentado, costumava explicar suas ideias esboçando diagramas em blocos de rascunho de sua oficina, onde colecionava infográficos de revistas como a Mecânica Popular - ainda que não soubéssemos que se tratavam de infográficos. Em nossa casa, a banca de jornal era um dos principais municidores do imaginário ilustrado do dia-a-dia.

A passagem da adolescência para a vida adulta foi marcada pela empolgação com as artes e a comunicação, além da vivência da digitalização midiática: escrevendo e desenhando fanzines, objetos xerocados que se tornavam, aos poucos, blogs; tocando em bandas que gravavam fitas cassetes e agora empolgavam-se com a popularização de CD-R's e arquivos em *mp3*; desenhando as primeiras colaborações em jornais, revistas e sites de cultura. Em comum a todas essas experiências, a curiosidade pela configuração dos objetos que mediavam essas expressões e interações. Tendo cursado um ano de Jornalismo, veio a certeza de que gostava mesmo era de desenhar. Não um desenho que visasse gerar uma obra única em museu e, sim, um desenho que essencialmente se articula com o texto e que se espalhasse por aí em milhares de cópias, sejam exemplares impressos ou *links* digitais. Era preciso estudar Design. Assim,

¹ Uma interface como a do sistema Windows, por exemplo, que permite a interação do usuário no meio digital através de ícones e elementos gráficos.

ingressei na Escola de Belas Artes, na UFRJ, buscando um espaço para desenvolver esses interesses múltiplos pela arte, tecnologia e comunicação. Um espaço que possibilitasse conciliar o fascínio pelos objetos reproduzidos em massa com a paixão pelo encontro da escrita com o desenho, como acontece nas histórias em quadrinhos e na ilustração.

Em 2006, prestes a me formar em Design e já atuando como ilustrador e quadrinista *freelancer*, tive a oportunidade de iniciar um trabalho no jornal O Globo. De estagiário da Editoria de Arte a ilustrador profissional, foram 8 anos de convívio diário com a rotina da redação, realizando trabalhos de infografia, ilustração e quadrinhos para os jornais O Globo, Extra e Expresso. Ao deixar a redação, em 2014, fluxos de trabalho centenários estavam sendo reformulados, num esforço de reinvenção por parte de uma indústria em crise, onde a produção de conteúdo digital se tornava a prioridade.

Em 28 de março de 2016, ano em que se inicia essa pesquisa, o jornal mais lido do país, a Folha de São Paulo, publicou um caderno especial comemorando 95 anos de existência. Nessa edição, um infográfico (Figura 1) apresentou um panorama do mercado de jornais brasileiro, assim como sua fragmentação devido à multiplicidade de suportes que as empresas hoje precisam contemplar para a leitura de seus conteúdos jornalísticos.

Dos 20,19 milhões de leitores da Folha, apenas 2,33 milhões leem o jornal exclusivamente pela versão impressa. Os demais 17,86 milhões são leitores das edições digitais. Desses, 5,79 milhões leem as edições digitais exclusivamente em aparelhos móveis. A proporção não é muito diferente observando-se os dados dos outros grandes jornais brasileiros. Entre 28% e 32%, quase um terço dos leitores, não lê mais seu jornal nem pela edição impressa, nem pelo *desktop* (Folha de São Paulo, 2016).

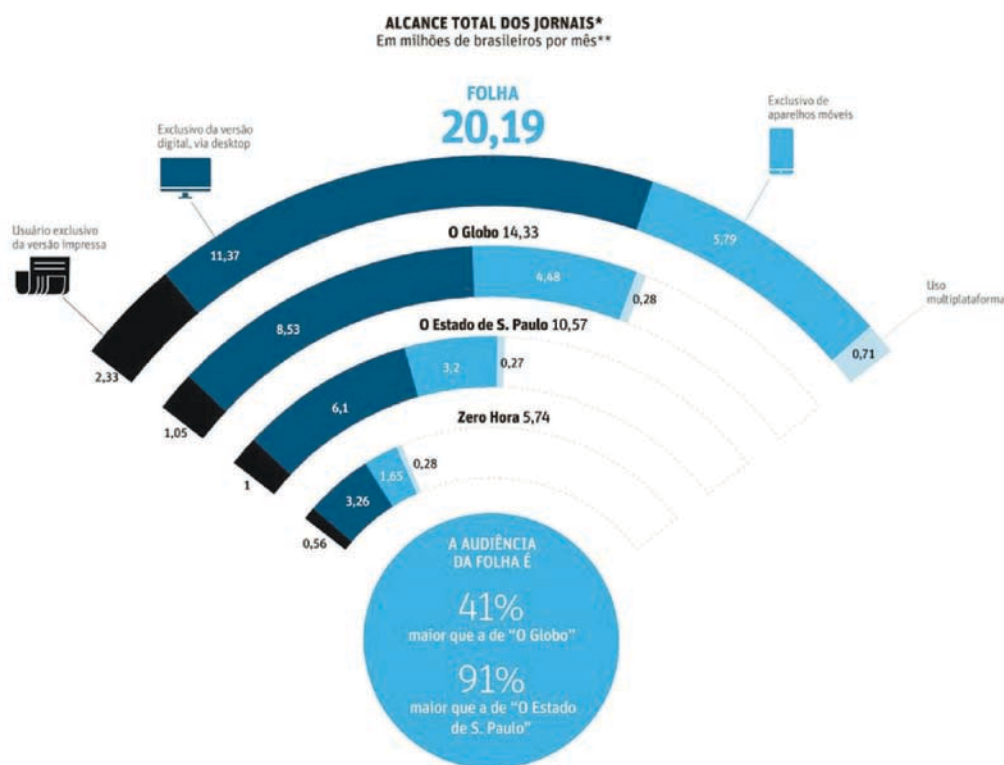


Figura 1 – Reprodução de infográfico publicado na Folha de São Paulo em 28/3/2016

A revolução digital, que vem impactando diversas indústrias desde o final dos anos 1990, afeta os grandes jornais em diversos aspectos. Economicamente, gera incertezas e demissões em uma indústria centenária que ainda busca estabilizar-se em um modelo de negócio que já não é mais regido pelo mesmo equilíbrio de forças que existiu na era anterior à internet, da grande publicidade e de assinantes fiéis e restritos aos jornais impressos. Só no ano de 2015, por exemplo, 1,4 mil jornalistas foram demitidos no Brasil (Observatório da Imprensa, 2016). Jornais tradicionais pelo mundo afora abandonam – ou anunciam que planejam abandonar – a produção de conteúdo impresso. Nos primeiros meses de 2016, por exemplo, foram divulgados o fim da edição impressa do “El País”, o maior diário espanhol (El País, 2016), assim como o fim da edição impressa do londrino “The Independent”, que agora é 100% digital (G1, 2016). A cidade do Rio de Janeiro, por sua vez, já abrigou um mercado com inúmeros jornais impressos competindo entre si nos tempos de capital da república. Hoje tem basicamente três, pois descontados os jornais mais populares, restaram o Globo, o Extra – ambos publicados pela mesma empresa, o Infoglobo – e O Dia. O Jornal

do Brasil deixou de publicar sua versão em papel em setembro de 2010² e, mais recentemente, o Jornal do Comércio encerrou suas atividades prestes a completar 189 anos de existência (Comunique-se, 2016). Embora um jornal de público restrito, é significativo que esse tenha sido o veículo a publicar a primeira caricatura brasileira, em 1837 (Azevedo, 2009), além de ser o diário mais antigo em atividade na América Latina até seu fechamento.

Se por um lado houve redução e concentração de veículos locais, a internet possibilitou uma amplitude geográfica e temporal impensável no passado: o leitor agora pode ler notícias produzidas em qualquer lugar do mundo, além de ter acesso a edições passadas, pois as notícias do dia anterior não mais se tornam embrulho de peixe – como sugeria o dito popular – permanecendo acessíveis *online*, em nuvens de dados, como um arquivo aberto, diariamente atualizado.

A era digital para a qual se projetam os jornais já sugeriu, mesmo nesse curto período de tempo, diversas tendências e apostas, ainda não claramente sedimentadas em um suporte hegemônico de leitura. O primeiro movimento foi em direção à produção de versões digitais para leitura em computadores *desktop*, a partir de meados da década de 90. Em seguida, com o lançamento do *Ipad*, em 2007, e a popularização dos *tablets* genéricos no esteio deste, houve uma série de experimentos envolvendo a produção de edições especiais para *tablet*. Segundo Raquel Cordeiro, em estudo de 2014 sobre o design de notícias para *tablets*:

O uso dos dispositivos móveis, como celulares e tablets, agrega uma praticidade cada vez mais exigida pelos usuários. Os tablets estão diminuindo de tamanho para ser mais portáteis, enquanto os celulares estão aumentando suas telas para dar mais conforto na leitura. Estes novos dispositivos - que estão no meio do caminho entre smartphones e tablets - são chamados de *phablets*, pois possuem um tamanho entre 5 e 7 polegadas, confirmando o caminho da mobilidade agregada à funcionalidade. (...) Tudo indica que indústrias jornalísticas também devem adotar o critério “móvel primeiro” e criar negócios sustentáveis, embora várias redações acreditem que o “móvel também” irá ser o suficiente. (Cordeiro, 2014)

O Globo, por exemplo, lançou a revista Globo A Mais, exclusivamente para *Ipad*, que circulou entre janeiro de 2012 e maio de 2015. O fim da revista e o anúncio por parte da empresa de que esta seria apenas uma "parada para arrumação", pois já estaria desenvolvendo uma nova plataforma para *tablets* e *smartphones* (Meio&Mensagem, 2015), sugere que a tendência mais recente seria

² O Jornal do Brasil voltou a circular em versão impressa em 23/2/2018, após 8 anos.

a dos jornais investirem em novos aplicativos considerando os leitores de aparelhos móveis como um todo (Observatório da Imprensa, 2015).

Os *smartphones* devolvem a taticidade ao leitor de jornal, que pode manusear diretamente seu objeto de leitura sem a intermediação de um *mouse*. A cena do passageiro de transporte público com o rosto enfiado nas páginas do jornal cada vez mais dá lugar à do passageiro que acaricia seu celular inúmeras vezes em seu trajeto diário. Segundo o IBGE, os celulares já são a principal fonte de acesso à internet para a maioria dos brasileiros (EBC, 2016).

No entanto, o jornal impresso e o jornal no celular são produtos e experiências de leitura diferentes (Fortunati et al., 2014). Se a própria natureza do meio digital, que tende a comprimir o tempo e o espaço já modifica, por si só, as rotinas básicas do jornalismo, a necessidade de geração de conteúdo para novos suportes, com novas especificidades, relações, interações e possibilidades, provoca alterações em toda sua cadeia de produção.

A “Arte” – como a Editoria de Arte e suas inúmeras contribuições visuais ao jornal são afetuosa e genericamente conhecidas no jargão das redações – tampouco resta imodificada durante esse processo. Na relação histórica entre imprensa jornalística e ilustração, houve um processo de especialização e profissionalização que acompanhou, de maneira geral, o desenvolvimento da indústria e dos avanços tecnológicos na produção do jornal. Se no início da imprensa brasileira, da metade do século XIX até o início do século XX, havia apenas ilustradores, caricaturistas e chargistas, que poderiam fazer de tudo um pouco e até retocar uma foto a pincel para *quebrar um galho* às limitações das técnicas de impressão, hoje há uma maior amplitude na demanda de habilidades, recursos e técnicas distintas que podem ser utilizadas para contar as histórias ilustradas do noticiário: design, infografia, ilustração, história em quadrinhos, charges, modelagem-3d, edição de audiovisual, programação, produção de *Data-Viz* (projetos de visualização de dados), entre outras. As equipes de Arte hoje são multidisciplinares, podendo contar com designers, artistas gráficos, jornalistas, além de profissionais de Tecnologia da Informação e do setor audiovisual.

A ilustração jornalística, principalmente em técnicas que envolvem maior artesanato, demanda um tempo mínimo de produção, além de não ter a mesma flexibilidade de reedição dos gráficos de matriz digital vetorizada, mais facilmente reaproveitáveis, uma capacidade fundamental na atual necessidade de adaptação

de material para leitura em diversos formatos, plataformas e suportes. Nesse sentido, a ilustração jornalística não aparenta ter uma inserção facilitada nas novas rotinas produtivas do jornalismo digital e nos diminutos e interativos suportes *mobile*, principalmente em relação às outras linguagens do repertório do jornalismo visual. A infografia e a visualização de dados, por exemplo, são mais facilmente editadas, sendo até, em parte, automatizáveis por programação de sistemas, que geram um resultado visual de acordo com dados abastecidos por planilhas. Isto facilita a produção de conteúdo gráfico jornalístico e corrobora com a realidade de crise econômica em que se faz necessário produzir o mesmo jornal com menos gastos e recursos humanos. No entanto, a republicação indiscriminada de material ilustrado do jornal impresso na internet, roboticamente reduzido e formatado em linha para a leitura no celular, ignora, na maioria das plataformas de publicação utilizadas atualmente, o repertório de possibilidades diagramáticas texto-imagem depurado ao longo de décadas nos projetos gráficos do jornal impresso, deixando a ilustração jornalística deslocada e inviabilizando a fruição de sua potencialidade editorial.

Adriana Barsotti e Leonel Aguiar, em estudo de 2013 sobre as diferenças na produção de conteúdo jornalístico para *tablet* e *smartphone*, descreveram a robotização que ocorria no jornalismo *mobile*:

A edição robotizada prescinde da ação dos jornalistas e não permite experimentações na direção de uma linguagem jornalística inovadora. (...) A utilização da linguagem XML permite o transporte de dados na internet organizados de forma hierárquica, a partir de uma padronização. Na concepção do produto, escolhe-se a ordem a partir da qual as notícias serão exportadas do site para o celular e o padrão é automaticamente repetido toda vez que as páginas da internet são atualizadas. Com a robotização do processo, são necessários jornalistas apenas para selecionar e editar as notícias que comporão o site. Uma vez publicadas na web, as informações são replicadas nas telas dos celulares. (Barsotti & Aguiar, 2014, p. 57).

Nos últimos anos, vozes importantes do campo da ilustração de jornais e do desenho de humor vêm observando a perda de espaço desse tipo de imagem entre a iconografia jornalística. Orlando Pedroso, ilustrador membro do conselho da SIB – Sociedade dos Ilustradores do Brasil lamentou em seu blog a demissão de inúmeros chargistas em 2016, além da falta de oportunidade para novos ilustradores na imprensa brasileira:

Qual jornal dá espaço para crônicas gráficas sobre a nova juventude? As imagens publicadas são produzidas por garotos e garotas que têm outra atividade, que

desenham nas horas livres e trabalham com web em algumas das muitas start ups que existem por aí. Culpa deles? Não! Muitos são talentosíssimos, mas nasceram e foram criados em um ambiente que só faz sucateá-los. Quem for estudar a importância da imagem jornalística dos anos 2000 para cá, vai dar de cara com um escandaloso vazão. (...) “Publicar uma vez por semana ou uma vez a cada 15 dias não é bom para o artista, para o leitor ou para o jornal.” (Pedroso, 2016).

Na 1ª mostra de design editorial "In.Rio – imagem e notícia", reunindo uma amostra da produção nacional de jornalismo visual publicada entre 2015 e a realização do evento, em março de 2016, predominaram palestras e discussões sobre infografia, visualização de dados, novas linguagens e apostas na elaboração de conteúdo para a internet. Pouco se discutiu sobre a ilustração jornalística em si. Ary Moraes, ilustrador, professor e pesquisador do Design de Notícias, em artigo no catálogo da mostra, abordou a questão:

Por mais que a tecnologia favoreça a produção, não se pode reduzir a imagem jornalística a gráficos quantitativos, sob pena de não se ter como dar conta de expressar conceitos ou ideias abstratas, igualmente importantes na crônica. (...) Porém, aqui e ali começam a considerar a ilustração e os infográficos ilustrados algo alegórico, anacrônico, exterior ao jornalismo, como se dele só pudessem fazer parte imagens assépticas e funcionais. Em meio à crise dos jornais, a ilustração padece silenciosamente, agarrando-se ao papel por não ter onde se segurar com firmeza no digital. (...) A ilustração jornalística não tem a precisão dos números, mas é exatamente o fato de ser assim que a torna necessária para se atingir algo tão impreciso quanto ela: o ser humano. (Moraes, 2016).

Por outro lado, quando a ilustração se afasta do *hard news*³ e é dedicada à produção de conteúdo jornalístico *especial* – as matérias para edições de domingo, lançamentos de eventos de grande importância pública e efemérides, por exemplo –, com mais tempo de produção e planejamento, as potencialidades da ilustração ressurgem, apontando para novos caminhos e diálogos entre linguagens visuais até então inexistentes no universo do jornalismo impresso. São conteúdos jornalísticos onde a ilustração é incorporada a projetos multigêneros, interativos e digitais, com estratégias narrativas que se aproximam da linguagem de *games* (envolvem pontuação e seleção por parte do leitor-usuário para avançar pelo conteúdo em etapas) e do audiovisual (histórias contadas parte em filme, parte em ilustração ou até animação, com possibilidade de trilha sonora). E há espaço também, claro, em que a ilustração jornalística continua sendo apenas uma representação iconográfica estática. Mesmo nessas situações, é interessante

³ Em inglês, tem o sentido de notícia importante. Designa o relato objetivo de fatos e acontecimentos relevantes para a vida política, econômica e cotidiana. Opõe-se a "soft news" e "feature", textos mais leves e saborosos que não precisam ter relação imediata com a descrição de um acontecimento (por exemplo, um perfil). (Folha de São Paulo, 1996).

observar como o projeto e produção de conteúdo especificamente para o digital *mobile*, ao contrário do reaproveitamento automático, apresenta resultados visuais distintos. Estas são, portanto, as questões norteadoras de nossa pesquisa: como a produção multiplataforma impacta a ilustração? E que motivos levam a ilustração a vir perdendo espaço entre as imagens jornalísticas, gerando dificuldades para sua inserção na versão dos jornais produzidos para *smartphones*? Que novas possibilidades existem para a ilustração nesse contexto?

Nossa hipótese é a de que, no contexto de produção jornalística multiplataforma, o ilustrador tradicional, ao contrário do designer e do infografista, está em posição periférica em relação ao processo editorial do jornal, impactando o potencial e utilização da ilustração. Além disso, aspectos da natureza tecnológica dessa transposição de formas da cultura impressa ao meio digital dificultam a produção e apreciação da ilustração, tais como a limitação diagramática dos jornais *mobile* e a impossibilidade de uma apresentação da totalidade da composição texto-imagem nas telas digitais, que funcionam em rolagem, afetando suas funções.

O objetivo geral deste projeto é compreender como as rotinas produtivas com necessidades multiplataforma impactam a ilustração jornalística e o trabalho do ilustrador, identificando desafios para sua inserção – e o desenvolvimento de seu potencial - nas versões dos jornais que alcançam *smartphones*.

Embora o conceito de ilustração seja amplo, podendo abarcar, em algumas definições, até mesmo a fotografia e imagens desacompanhadas de um texto (Rabaça & Barbosa, 2002), a pesquisa se destinará a analisar a ilustração na produção de conteúdos noticiosos diários (jornais, não revistas), e como expressão do desenho (com intenção de estilo). A iconografia mais comumente utilizada nas notícias pode ser dividida, em um primeiro momento, entre fotografia, infografia e ilustração. Embora as linguagens se sobreponham e colaborem entre si na construção gráfica das páginas dos jornais, tomaremos o entendimento da separação entre ilustração e infografia na prática jornalística. A palavra ilustração, portanto, tem mais de uma leitura e cria a confusão pelo seu uso corrente no idioma – ilustração, elemento que *ilumina* ou acompanha textos, que pode se referir a fotos e infografia, inclusive – e o que a prática jornalística entende como ilustração: um desenho configurado por intervenção manual, com intenção de

estilo e interpretação do ilustrador e que pode, inclusive, ser parte integrante de um infográfico. Segundo Ary Moraes, no livro “Infografia–História e Projeto”:

Tão certo quanto afirmar que Infografia não é ilustração é dizer que ilustração pode ser Infografia. (...) Ilustrações e infográficos dividem algumas características, mas divergem na essência: enquanto aquelas manifestam o gênero opinativo, estes se inserem no informativo ou no interpretativo. Ilustrações expressam o discurso do autor a respeito do fato e podem ativar no público reações diante do ocorrido. Sua produção muitas vezes transita pelo terreno da fantasia. (Moraes, 2013)

Um recorte aprofundado será discutido no segundo capítulo. Para problematizar ainda mais essa dificuldade em se estabelecer limites definitivos para os formatos iconográficos, podemos pensar na divisão de trabalho, que tampouco estabelece claro limite profissional para o responsável pela ilustração: é comum que integrantes e colaboradores das Editorias de Artes produzam trabalhos em mais de um posicionamento, todos sobre a designação “ilustrador”. Conforme observou Gilmar Adolfo Hermes (2007), em sua pesquisa sobre ilustrações jornalísticas, “a tarefa de ilustração é exercida por profissionais com formação em artes, jornalismo, publicidade, desenho industrial e arquitetura. Merece, no entanto, ser vista como uma prática jornalística.” Ainda segundo o autor:

Na Zero Hora, os profissionais exercem, simultaneamente, tarefas de ilustradores, infografistas e caricaturistas. (...) Na editoria de arte, que presta serviços aos jornais Estadão e Jornal da Tarde, há profissionais mais voltados à ilustração e outros à infografia. Verificou-se, no entanto, uma tendência de que realizem ambas as tarefas. (Hermes, 2007).

Abordando a questão pelo viés do profissional que cria as imagens, o ilustrador, optamos por considerar, por exemplo, as charges, cartuns e histórias em quadrinhos, linguagens gráficas nascidas e desenvolvidas na imprensa. Um argumento para sua inclusão em relação à ilustração tradicional é o fato de que apesar de tais formatos serem produzidos essencialmente para uma leitura ensimesmada, sem a obrigação de dialogar com textos da página onde será publicada, muitos cartunistas também realizam trabalhos como ilustradores. Além disso, o desenho de humor, tal como a ilustração - e ao contrário da infografia -, atua no âmbito do jornalismo opinativo, comentando as notícias. Há ainda trabalhos de jornalismo em quadrinhos, por exemplo. Discutiremos a relação entre a tradição do desenho de humor e a ilustração no segundo capítulo desta dissertação. O posicionamento de ilustradores que atuam também como cartunistas e/ou como infografistas, será aprofundado nos capítulos 3 e 5.

Temos como objetivos específicos:

- Identificar funções da ilustração e sua contribuição ao produto jornalístico ("para que serve?");
- Compreender como o campo profissional (os ilustradores) percebem a ilustração dentre os gêneros iconográficos do jornal ("O que é?").
- Identificar e compreender como o ilustrador se insere nas rotinas produtivas do jornalismo hoje.
- Refletir sobre aspectos do design, layout e composição na produção e apreciação da ilustração;
- Compreender problemas técnicos e metodológicos presentes na produção e experiência da ilustração em *smartphones*;

Nesse sentido, a relevância da pesquisa está em considerar como os novos hábitos de leitura, com um número cada vez maior de leitores de jornal em *smartphones*, vêm impactando a imprensa, que precisa produzir simultaneamente para várias plataformas. Acreditamos que a discussão proposta contribuirá para dar suporte à prática de designers, ilustradores e editores envolvidos nesse processo de transposição e adaptação da ilustração e do design de notícias do impresso aos suportes digitais.

A metodologia consistiu, em um primeiro momento, de revisão bibliográfica sobre ilustração, linguagem visual, iconografia, análise da imagem, processos de produção e de recepção; teorias do jornalismo, interação, design e experiência em equipes multidisciplinares. Em um segundo momento, de análise documental dos processos de produção e entrevistas com ilustradores e editores, refletindo sobre as respostas do campo em relação à teoria encontrada na revisão bibliográfica. As entrevistas foram de caráter qualitativo. Para esclarecer quantitativamente dados observados no levantamento inicial foram feitas também entrevistas adicionais através de questionários. Na revisão bibliográfica realizada, adotou-se uma abordagem teórica ampla, sem preocupações quanto a aspectos regionais ou culturais dos problemas tratados. No entanto, é importante salientar que nossa pesquisa documental, assim como nosso levantamento quantitativo e qualitativo do campo, se concentraram, quase que integralmente, em jornais e profissionais brasileiros. Desta forma, aspectos discutidos na dissertação trazem características regionais e/ou culturais, sem contudo limitar o estudo a um jornalismo, design de

notícias e/ou ilustração jornalística brasileiros, o que fugiria ao escopo da pesquisa e demandaria estudos aprofundados nesse sentido.

A dissertação foi estruturada em cinco capítulos, sendo o capítulo um, Introdução, dedicado à contextualização do tema, ao problema e às questões de pesquisa, e aos aspectos metodológicos.

No **segundo capítulo**, abordaremos **a ilustração**, tendo como referencial teórico estudos referentes a ilustração tanto no âmbito geral, como os de Alan Male (2007), Rui de Oliveira (2008) e Uri Shulevitz (1985), como aqueles voltados especificamente à ilustração jornalística, tais como as pesquisas de Ary Moraes (1998, 2010) e Gilmar Hermes (2005). É discutida a ideia de ilustração – o que é? –, além do conceito de ilustração jornalística focado nesta pesquisa. Trataremos da tradição do Desenho de Humor – caricatura, charge, quadrinhos e cartum – e da ilustração como uma visão ou comentário do ilustrador acerca das notícias e artigos da imprensa, correlacionando esta atividade com os gêneros jornalísticos. Na segunda parte do capítulo, identificamos funções da ilustração e do trabalho cartunístico nos jornais – para que servem? Por fim, elencamos as funções identificadas na literatura e propomos um modelo de análise funcional da ilustração jornalística dentro desse referencial.

O **terceiro capítulo** se dedica a compreender a relação entre **o ilustrador e o jornalismo**. Como o ilustrador se insere nas rotinas produtivas do jornalismo hoje e como as mudanças tecnológicas impactam o perfil profissional para a produção multiplataforma. No convívio cotidiano com a prática jornalística, o ilustrador adquire noções de jornalismo? Absorve aspectos dessa cultura profissional e organizacional? Partindo da questão-norteadora: "**O ilustrador se considera jornalista?**", destacamos algumas noções para investigar nessa relação: **Noticiabilidade e valor-notícia; Objetividade e responsabilidade profissional; Tempo; e Aspectos organizacionais: constrangimentos e trabalho em equipe**. Como referencial teórico nas Teorias do Jornalismo, nos apoiamos nos textos de Mauro Wolf (1987), Leonel de Aguiar (2008) e coletâneas de Nelson Traquina (1993, 2005). Para o trabalho de Design de Notícias, Infografia e trabalho de Arte em jornais, nos referenciamos às pesquisas de Ary Moraes (1998, 2010 e 2013), Raquel Cordeiro (2014), Gilmar Hermes (2005, 2006 e 2007) e ao manual de jornalismo visual de Mário Kanno (2013). Além da revisão bibliográfica dos textos, foram realizadas para o capítulo entrevistas

qualitativas semiestruturadas com cinco ilustradores, com larga experiência de trabalho em redação de jornal e perfis diferentes dentro da rotina jornalística.

O **quarto capítulo** busca investigar **as possibilidades de inserção da ilustração nas narrativas interativas do jornalismo digital**. Esses conteúdos incorporam linguagens diversas a fim de contar uma história: *game*, animação, fotografia, vídeo, ilustração e história em quadrinhos. A partir das discussões e tipologias propostas por Lev Manovich em "The Language of New Media" (2001), do *framework* proposto por Forlizzi & Battarbee (2004) para o estudo de experiências e design de ambientes interativos, e das reflexões de Vilém Flusser (2007), Marshall McLuhan (1962, 1977) e W.J.T. Mitchell (2015) sobre as transformações das mídias, discutiremos a experiência do leitor-navegador em três trabalhos dessa natureza. Como são as interfaces? São de fato narrativas e interativas? Que experiências elas suscitam? Que interações podemos observar? Como a interação entre texto e ilustração se dá? A mistura de linguagens no meio digital gera uma experiência nova ou apenas mimetiza formatos do repertório utilizado nos jornais impressos?

Por fim, no **quinto capítulo**, apresentamos nossa **pesquisa de campo**: entrevistas com quarenta profissionais, ilustradores e editores, que trabalham para jornais brasileiros. A metodologia para a elaboração do questionário e do roteiro de perguntas abertas é indicada, assim como os dados quantitativos levantados, a fim de compreender o perfil do ilustrador de jornais hoje, sua situação profissional na rotina e seu nível de envolvimento em trabalhos já visando a produção de conteúdo para os jornais em *smartphones*. Em seguida, com a análise dos dados qualitativos, trazemos as vozes dos ilustradores para uma grande discussão acerca dos desafios e possibilidades que se apresentam para a experiência da ilustração em *smartphones*, assim como sua visão sobre a ilustração, o design e o jornalismo. Por fim, tecemos considerações finais de nossa pesquisa, assim como os desmembramentos relevantes para pesquisas futuras. A seguir, apresentamos a tabela síntese da pesquisa desenvolvida.

<p>Questões norteadoras:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Como a produção multiplataforma impacta a ilustração? • Que vetores levam a ilustração a vir perdendo espaço entre as imagens jornalísticas? • Que desafios podemos identificar para sua inserção na versão dos jornais produzidos para <i>smartphones</i>?
-------------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Que novas possibilidades existem para a ilustração nesse contexto e cenário produtivo?
Objetivo geral:	Compreender como as rotinas produtivas com necessidades multiplataforma impactam a ilustração jornalística originalmente impressa e o trabalho do ilustrador, identificando desafios para a inserção da ilustração – e o desenvolvimento de seu potencial - nas versões dos jornais que alcançam <i>smartphones</i> .
Objetivos específicos:	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar funções da ilustração e sua contribuição ao produto jornalístico originalmente impresso; • Compreender como o ilustrador se insere nas rotinas produtivas do jornalismo impresso; • Refletir sobre aspectos do design, layout e composição na produção e apreciação da ilustração; • Identificar e compreender desafios técnicos presentes na produção e experiência da ilustração em smartphones (versões mobile) • Compreender como o campo profissional percebe a ilustração e o ofício de ilustrador de jornais impressos hoje
Relevância:	Como os novos hábitos de leitura, com um número cada vez maior de leitores de jornal em smartphones, vêm impactando a imprensa, que precisa produzir simultaneamente para várias plataformas. Acreditamos que a discussão proposta nesta pesquisa contribuirá para dar suporte à prática de designers, ilustradores e editores envolvidos no processo de transposição e adaptação da ilustração e do design de notícias do jornal impresso aos suportes digitais.
Percurso metodológico:	<ul style="list-style-type: none"> • Revisão bibliográfica sobre ilustração, percepção visual, análise da imagem, processos de produção de ilustração jornalística; gêneros jornalísticos e produção técnica e teórica do jornalismo; Interação, design e experiência em equipes multidisciplinares; • Análise documental e visual dos processos de produção; • Entrevistas exploratórias qualitativas semi-estruturadas com um pequeno grupo de ilustradores e editores; • Entrevistas e questionários fechados quantitativos com ilustradores brasileiros.

Tabela 1 – Síntese das questões da pesquisa.

2. A ilustração jornalística

As grandes imagens têm ao mesmo tempo uma história e uma pré-história. São sempre lembrança e lenda ao mesmo tempo. Nunca se vive a imagem em primeira infância. Qualquer grande imagem tem um fundo onírico insondável e é sobre esse fundo onírico que o passado pessoal põe cores particulares. Assim também, só quando já se passou pela vida é que se venera realmente uma imagem descobrindo suas raízes além da história fixada na memória. No reino da imaginação absoluta, somos jovens muito tarde.

Gaston Bachelard, *A poética do espaço*, 1979.

2.1. O conceito de Ilustração adotado na pesquisa

Em teoria, qualquer imagem que acompanha ou se referencia a um texto – seja para dar-lhe entendimento, interpretá-lo ou decorá-lo –, pode ser entendida como ilustração, incluindo desde desenhos, pinturas, iluminuras, vinhetas, estampas, gravuras, gráficos e até fotografias. No entanto, em nossa pesquisa, nos dedicamos às imagens no âmbito do **desenho**, cuja configuração é produzida por intervenção artística, independente de técnica, artesanal ou digital, impondo às formas configuradas um **estilo**.

Além disso, observamos imagens criadas para ilustrar **jornais**, inseridas em dinâmica editorial específica da **produção jornalística diária**, e diferente, por exemplo, da ilustração de revistas, livros, ou publicidade. A ilustração jornalística tem um tempo de produção e espaços de apreciação característicos – os formatos de jornal em suportes impresso, digital *desktop* e *mobile* –, que influenciam diretamente suas demandas e possibilidades artísticas, estilísticas e funcionais.

Não contemplamos, portanto, fotografia enquanto Ilustração em nossa pesquisa. Além de não ser fruto de desenho, a imagem fotográfica é realizada, na rotina jornalística, pelos fotógrafos, ou fotojornalistas, que têm seu próprio departamento, enquanto as ilustrações que nos interessam são aquelas ligadas aos **ilustradores**, às **Editorias de Arte** dos jornais, espaço que, historicamente, engloba também designers, infografistas e cartunistas.

Em nossa pesquisa, nos dedicamos às imagens que oferecem uma **visão, opinião ou interpretação** do ilustrador e, de modo geral, estão ligadas ao jornalismo opinativo. Ilustrações que comentam, criticam, interpretam, satirizam, dão uma atmosfera à leitura, embelezam a página e que, de algum modo, vão além do compromisso com a informação. A imagem para infográficos *ilustrados*,

entretanto, que utilizam uma ilustração central em torno da qual articula suas informações, é percebida como trabalho de ilustração. Da mesma forma, a ilustração para textos informativos ou interpretativos do jornalismo, estarão incluídos. Não contemplamos, entretanto, trabalhos de infografia esquemática e de dados produzidos, em geral, para o jornalismo informativo.

Em síntese, o conceito de **ilustração** adotado na pesquisa é o de imagem configurada através do *desenho* – em qualquer técnica –, com claro intuito *estilístico*, produzida para jornais diários – independente de plataforma – e ligada ao gênero *opinativo* do jornalismo ou apresentando uma *visão ou interpretação* do ilustrador dentro de um contexto informativo.

Diante desse recorte, abordamos, neste capítulo, uma conceituação da ilustração jornalística, discutindo a tradição do Desenho de Humor e o caráter cronístico da ilustração como um comentário das notícias. Em seguida, trazemos as funções das ilustrações, a partir do conceito de que a ilustração tem sempre uma finalidade, procurando compreender como essas funções se aplicam ao trabalho jornalístico. Como referencial teórico para o trabalho de arte em jornais utilizamos os textos de Gilmar Hermes (2007), Ary Moraes (1998; 2010), Mário Kanno (2013) e Ricardo Cunha Lima (2015). Com relação ao Desenho de Humor e história da caricatura na imprensa, nos apoiamos nos trabalhos de Ellen Lupton (1999), Luciano Magno – pseudônimo do pesquisador Lúcio Muruci – (2012), Octávio Aragão (2007), Cássio Loredano (1985) e Carlos Patati (2006). Para a reflexão sobre a Ilustração, Artes Gráficas, e Design nos baseamos em Rui de Oliveira (2008), Uri Shulevitz (1987) e Alan Male (2007).

2.2. A tradição de desenho de humor: caricatura, charge, cartum e histórias em quadrinhos

A tradição do Desenho de Humor e desenho de imprensa tem origem no trabalho de caricatura. No regulamento do 42º Salão de Humor de Piracicaba de 2016, o mais antigo evento brasileiro dedicado ao Desenho de Humor, uma obra de caricatura é descrita como "humor gráfico que expressa os traços físicos e/ou de caráter de personalidade conhecida" (SIB, 2016). Até chegar ao modo como é

compreendida hoje, a caricatura significa, antes de tudo, qualquer “representação da fisionomia humana com características grotescas, cômicas ou humorísticas”⁴.

Segundo Luciano Magno (2012 p. 18), a caricatura possui antecedentes históricos que precedem o jornal, como a arte egípcia, e as representações satíricas da figura humana e do grotesco nas artes da Idade Média ao Renascimento. A palavra caricatura tem origem italiana: "Os irmãos Carraci, que trabalhavam na Academia de Bolonha, fixam a simbologia do termo: *caricare*, que significa carregar, acentuar, exagerar, pequenos retratos carregados". (Magno, 2012, p. 19).

Entretanto, Magno (2012, p. 15) afirma que, no Brasil, a palavra caricatura "ganhou significação particular, se tornando termo abrangente para todos os segmentos dessa arte." A partir da caricatura desdobram-se os demais gêneros do desenho de humor na imprensa: a caricatura pessoal, o cartum, a charge e as histórias em quadrinhos. Visão corroborada pelo Dicionário de Comunicação:

A arte de caricaturar. Designação geral e abrangente da caricatura como forma de arte que se expressa através do desenho, da pintura, da escultura etc. e tem por fim o humor. Nesta acepção, são subdivisões da caricatura: a charge, o cartum, o desenho de humor, a tira, a história em quadrinhos de humor e a caricatura propriamente dita (a caricatura pessoal). (Rabaça & Barbosa, 2002).

O termo cartum vem do inglês *cartoon* e designa “uma anedota gráfica” com objetivo de “provocar o riso do espectador”. Segundo Rabaça e Barbosa, “a expressão, com o sentido que tem hoje, nasceu em 1841 nas páginas da revista inglesa *Punch*.” O neologismo cartum, no Brasil, foi lançado em 1964, pela revista *Pererê*, de Ziraldo,

e como uma das manifestações da caricatura, ele chega ao riso através da crítica mordaz, satírica, irônica e principalmente humorística, do comportamento do ser humano, das suas fraquezas, dos seus hábitos e costumes. (Rabaça & Barbosa, 2002).

O cartum pode ser mudo ou incorporar elementos gráficos como balões de fala e onomatopeias, comuns às histórias em quadrinhos. Por expressar uma narrativa gráfica, pode apresentar mais de um painel ou sequencialidade. Até mesmo por seu caráter genérico – piada atemporal e impessoal, não necessariamente vinculada à representação de uma pessoa pública ou a um acontecimento noticioso do dia – podemos compreender o cartum como uma base

⁴ Primeira e mais abrangente definição de caricatura, segundo o Dicionário de Comunicação. (Rabaça & Barbosa, 2002).

comum do desenho de humor⁵. O termo *cartunista*, inclusive, pode se referir a desenhista ou ilustrador que produza cartuns, charges, caricaturas e quadrinhos.

O que diferencia a charge do cartum é a ligação com a temporalidade. Enquanto o cartum pode ser uma piada gráfica atemporal e universal, a charge é relacionada a fato recente perceptível pelo público ao qual se dirige.

É exatamente essa condição de extrema contemporaneidade que contribui para a rápida decadência da charge enquanto objeto de fruição em sua completitude. Graças à velocidade com que escândalos políticos e crises sociais se sucedem, caindo rapidamente no esquecimento por parte do grande público, as charges só podem ser apreciadas por completo, sem perda de compreensão, quando estão localizadas temporalmente próximas do fato que satirizam. (Aragão, 2007, p. 90).

O uso da caricatura para criticar governantes e figuras públicas se desenvolve junto ao próprio crescimento da imprensa. No século XIV, foi utilizada em panfletos durante a reforma protestante, como forma de ataque tanto pró ou contra-reformista, e, no século XIX, finalmente popularizou-se na Europa e no Brasil com a invenção da litografia (Magno, 2012, p. 18). O aparecimento dos semanários ilustrados contribui para a consolidação do formato junto ao público. São desse período hebdomadários históricos como o francês *La Caricature*, fundado por Charles Phillipon, em 1830, no qual também colaborava Honoré Daumier, assim como a já citada revista *Punch*, inglesa, de 1841 (Magno, 2012). Segundo Aragão (2007), a palavra *charge*, do francês *chargez*, significa "atacar", e o uso da caricatura pessoal na *charge* caracterizaria a *portrait-charge*.⁶ Durante a revolução industrial, os jornais crescem em tiragem e as ilustrações são capazes de comunicar junto a um público de massa heterogêneo, independente do grau de escolaridade.

Embora tenham vários antecedentes históricos enquanto arte sequencial, as histórias em quadrinhos se consolidam como linguagem nas páginas dos jornais. O ítalo-brasileiro Angelo Agostini foi um dos pioneiros, produzindo histórias ilustradas com caricaturas, a partir de 1869, nas páginas das revistas ilustradas cariocas⁷. Entretanto, a maioria dos teóricos revisados – Lupton, Patati e Magno – considera *Yellow Kid* – personagem de Richard Outcault, surgido nas páginas do

⁵ A charge e a tira cômica podem ser consideradas subdivisões do cartum. (Rabaça & Barbosa, 2002).

⁶ De origem francesa, o verbo *chargez* significa "atacar". (...) A *portrait-charge*, apesar de contar com todas as especificações da charge tradicional, ainda apresenta caricaturas de celebridades – sejam políticos ou não – como personagens e, em consequência, parte do humor. (Aragão, 2007, p. 90).

⁷ “As Aventuras de Nhô Quim ou Impressões de Uma Viagem à Corte”, publicada por Agostini em *Vida Fluminense*, em janeiro de 1869, é uma trabalho de arte sequencial, como os quadrinhos, mas possui texto em legenda no rodapé, ao invés dos balões integrados aos desenhos.

jornal *New York World em 1895* –, como o primeiro a utilizar os balões de fala das personagens em primeira pessoa, característica definidora das histórias em quadrinhos tal como entendemos hoje. Seus antecessores utilizavam o texto de fala no rodapé, dissociado da imagem.

Em outubro de 1896, jornais norte-americanos de William Randolph Hearst (1863-1951), depositários da longa tradição europeia de narrativas humorísticas e infantis ilustradas, fizeram convergir as características finais que permitiram o surgimento da definição "padrão" do que vem a ser uma história em quadrinhos. A principal dentre elas é o surgimento dos balões e legendas integrados ao texto, tornando a leitura muito mais fluida. (Patati & Braga, 2006, p. 15).

Devemos observar que o termo *cartum* também é utilizado no campo para referir-se a um *estilo* de desenho, cuja qualidade formal seria a distorção de uma forma figurativa no limite do abstracionismo, buscando transmitir uma ideia o mais rápido possível e sob a mínima mimese necessária para a sua compreensão. Pelo aparente descuido e desinteresse deste estilo de desenho, o *cartum* estaria próximo a um desenho *caligráfico*, espécie de escrita pelo desenho ou desenho *garatuja*, cujo objetivo é dar sustentação mínima para o seu real propósito: a crítica, comentário ou piada gráfica. Scott McCloud teorizou sobre a linguagem dos quadrinhos e as convenções do cartum, demonstrando esta abstração a partir da realidade que permite significado icônico enquanto linguagem pelo desenho⁸.

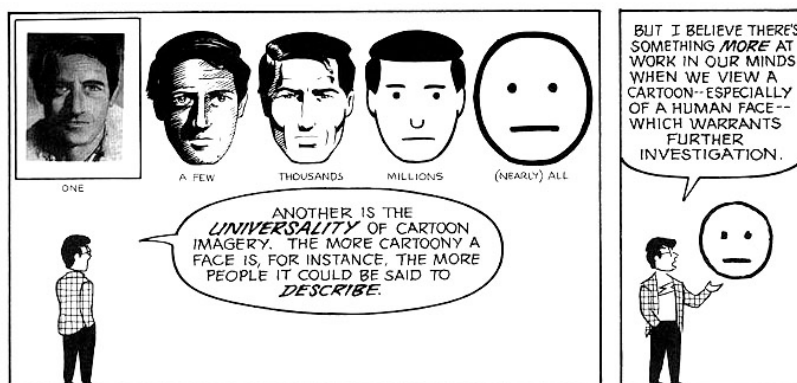


Figura 2 – A universalidade icônica do estilo cartum, por Scott McCloud (1993, p.31).

Em nossa pesquisa, portanto, utilizamos o termo “estilo cartum” apenas para fazer referência ao estilo – diferenciando-o do termo “cartum” que, como dito anteriormente, refere-se ao *tipo* de ilustração. Considerando essa tradição do Desenho

⁸ Embora com propósito distinto que o do *cartunista*, *infografistas* e *designers* também utilizam o raciocínio de abstração para construir, por exemplo, pictogramas, ícones e esquemas. O intuito na infografia e design, entretanto, é o de comunicar conceitos *abrangentes* de maneira *precisa*.

de Humor, sua principal função, portanto, seria o **humor** através do **comentário** e da **crítica** satírica. Estes profissionais – chargistas, cartunistas e quadrinistas – são ilustradores que também escrevem. Alguns deles, inclusive, se posicionam como humoristas⁹. Como ilustram o próprio texto, geram imagens que podem ser lidas de forma independente dos demais elementos da página. Por esse motivo, alguns autores diferenciam essas imagens das demais ilustrações. Para Hermes,

Muitas vezes, as ilustrações podem ter uma qualidade caricatural, embora não possam ser confundidas meramente com caricaturas, que podem exercer a função de charges ou cartuns, de forma independente e não tendo uma relação direta com um texto verbal. (Hermes, 2005, p. 4).

De fato, são trabalhos sem ligação obrigatória a um texto externo. Porém, enquanto desenhos publicados na página do jornal estão referenciados àquele contexto – manchetes, artigos e notícias do dia. Em entrevista a Aderbal Freire-Filho, no programa Arte do Artista, da TV Brasil, o cartunista Nani, argumenta que a *charge* seria uma "quarta leitura", articulando-se com os demais textos publicados: "A charge é uma quarta leitura do jornal. Você lê a manchete, você lê um articulista e você lê um editorial. Aí vem a charge e, às vezes, contradiz todos aqueles três. Mas, às vezes, é a mais verdadeira de todos!" (TV Brasil, 2018).

Charges



Renato Machado,
20/12/2018,
Folha de
São Paulo.

Chico Caruso,
13/1/2018,
O Globo.



O Estado de São Paulo
não utiliza charge ou ilustração
junto aos editoriais (24/1/2018).



Reproduções da internet.

Figura 3 – Charges e as páginas de editoriais. O Globo publica a charge em sua capa.

⁹ Alguns cartunistas não são exatamente ilustradores de ofício e dedicam-se mais ao texto que ao desenho. Não produzem, por exemplo, ilustrações para textos de terceiros nem atuam em outras esferas do jornalismo gráfico. É comum, inclusive, que atuem paralelamente como roteiristas de televisão, cinema e teatro, ofício mais ligado ao universo da criação textual.

Portanto, preferimos o entendimento de que as charges, cartuns e quadrinhos possuem atuação dupla: podem ser lidas *isoladamente*, com sua função específica de peça do desenho de humor, e atuam, *simultaneamente*, mesmo que de maneira incidental, na função de comentar, atrair e/ou adornar a página de jornal em que se encontram, como uma ilustração.

O uso da caricatura (no sentido de um retrato, *portrait*, desenhado) no jornalismo pode ser pensado em contraponto ao retrato fotográfico, que pode oferecer uma releitura de um personagem. Editorialmente, isso pode ser motivado por material fotográfico escasso ou banalizado – um personagem antigo, por exemplo, cujas poucas fotografias existentes sofreram excesso de exposição e são de notório conhecimento do público –, ou quando há risco da fotografia disponível se parecer com a da concorrência. Hermes observa:

A maioria das fotos de um jornal diário apresenta figuras humanas e tem um caráter indicial. A ilustração pode ser uma forma criativa de apresentar, mais uma vez, a mesma personagem. Isso é o que acontece, por exemplo, nas caricaturas. (Hermes, 2005, p.4).

Octavio Aragão estuda o poder de comunicação na linguagem da charge, cartum e histórias em quadrinhos. Em sua tese "A Reconstrução gráfica de um candidato" (2007), entrevistou o chargista Chico Caruso. Chico é reconhecidamente um exímio caricaturista, utilizando um estilo que remonta mais à escola da pintura e artes gráficas tradicional, mais afastado das convenções do estilo cartum. Pelas possibilidades técnicas históricas, a caricatura precedeu a fotografia na imprensa, perdendo espaço posteriormente. Caruso comenta, em entrevista a Aragão, as qualidades da caricatura em comparação ao uso da fotografia:

A caricatura meio que substituíra, precedia a fotografia. Depois vem a fotografia e a caricatura meio que desaparece, o desenho de humor começa a ser uma coisa mais intelectual, do Steinberg, do Jaguar, do Cláudio e tal. E aí, quando a gente começa a fazer caricatura, não sei bem porquê, também é 68, a censura a Imprensa, a coisa começa a ter de novo aquele caráter de resistência, ao mesmo tempo em que foi ganhando tecnicamente uma maior qualidade, cor, rapidez, e aí eu sinto como se eu estivesse devolvendo à caricatura, o espaço que ela tinha quando surgiu a Imprensa, quando não havia fotografia. E agora, nós estamos competindo com a fotografia. (...) A foto tem esse negócio de ser contemporânea, é como se você estivesse lá. É um instantâneo, você está ali, e a caricatura para fazer isso não é publicável, porque ela tem uma viagem cerebral, ela é mais intelectual que a fotografia, você tem de entender do que se trata, geralmente distancia, mas em alguns poucos momentos onde o sentimento do leitor está exacerbado, aí a caricatura pode render mais, como, por exemplo, a morte do Tancredo. (Aragão, 2007, p.186-188).

Caricaturas



Cavalcante, 7/8/2014, O Globo.



André Hippert



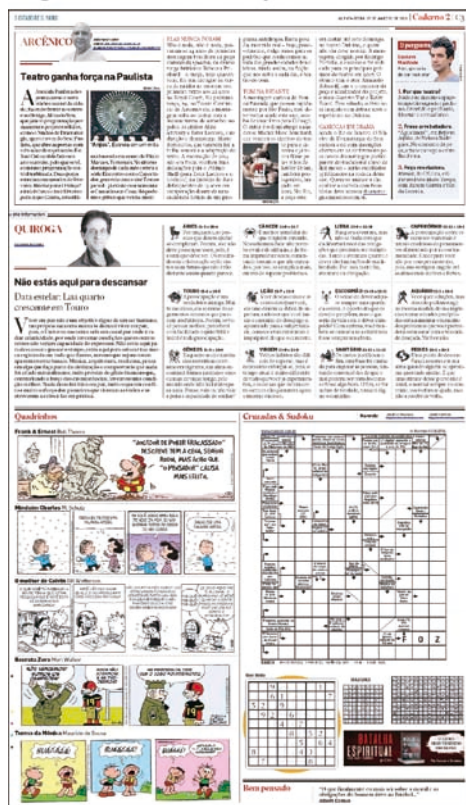
Loredano, 14/1/2018, O Globo.

Figura 4 – Exemplos de caricaturas. Reproduções da internet.

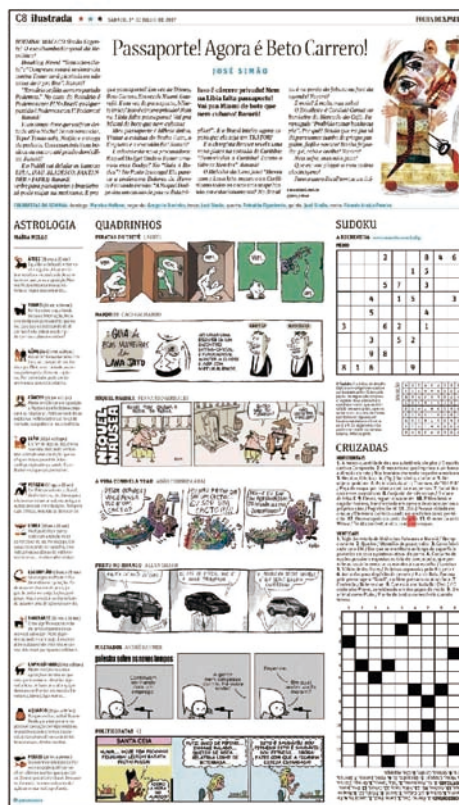
A caricatura também pode condensar qualidades de um mesmo retratado em uma única imagem, além, claro, da possibilidade do comentário visual através da acentuação seletiva de características do mesmo. Um caricaturado cuja figura pública atravessa inúmeras décadas – um artista popular, por exemplo – pode ter representado ali mais de um detalhe pessoal marcante como representante de sua imagem no imaginário coletivo. O trabalho de caricatura pode, ao mesmo tempo, representar o retratado e produzir um amálgama conceitual do universo iconográfico dessa pessoa. Nesse sentido, apresenta uma visão do artista acerca do caricaturado, um comentário através dos elementos do desenho.

Em relação a histórias em quadrinhos, elas foram inicialmente publicadas em página inteira no jornal dominical, consolidando-se eventualmente como tiras diárias a partir de 1907 (Patati & Braga, 2006, p.23). As tiras são encontradas hoje nas seções do jornal destinadas ao entretenimento, acompanhando o horóscopo, os jogos e os passatempos. Raramente comentam notícias e tecem comentários sobre qualquer assunto, a partir do próprio universo que propõem. Estão mais próximas ao exercício da crônica livre. Nos jornais brasileiros, são publicadas no caderno de cultura, em geral na penúltima página. Os suplementos dominicais dedicados ao público infanto-juvenil, berço dos quadrinhos, foram extintos pelos maiores jornais brasileiros. Em 2013, o Globinho e o Estadinho deixaram de circular. A Folha de São Paulo extinguiu a Folhinha em 2016.

Páginas das tiras em quadrinhos



O Estado de São Paulo, 25/11/2018



Folha de São Paulo, 1/7/2017

Figura 5 – Exemplos de página de quadrinhos em cadernos de cultura.

A linguagem dos quadrinhos é utilizada em outros espaços do jornalismo. Nos trabalhos de reconstituição de crimes, por exemplo, já foi uma forma de recontar histórias do jornalismo policial. Muito criticado pelo sensacionalismo e arbitrariedades tomadas por quem recontava a história, esse tipo de trabalho praticamente desapareceu dos jornais¹⁰.

O trabalho conhecido como **jornalismo em quadrinhos** ganhou força nas últimas décadas. Sendo mais uma aplicação da linguagem dos quadrinhos para contar histórias do jornalismo, tem origem na ascensão das *graphic novels* de não-ficção nos anos 90, estando o termo associado principalmente a Joe Sacco, pelo pioneirismo no gênero. Pela maneira como narra e opção por formatos mais longos, misturando aspectos da crônica e da reportagem, seria um equivalente, em quadrinhos, das pretensões do novo jornalismo ou jornalismo literário.¹¹ Art

¹⁰ A discussão sobre essa questão encontra-se no próximo capítulo, que aborda o trabalho do Ilustrador no Jornalismo, no item "3.2.5. Objetividade, legitimidade e responsabilização."

¹¹ Segundo o Dicionário de Comunicação (Rabaça & Barbosa, 2002): *New journalism*: (jn) Em port., novo jornalismo. Uso de recursos de ficção em textos jornalísticos de não-ficção.

Spiegelman, autor de “Maus”, obra de não-ficção em quadrinhos, foi premiado no Pulitzer, dedicado a obras jornalísticas, em 1992; Joe Sacco foi premiado no American Book Award em 1996. Segundo Carlos Patati e Flávio Braga:

Foi de um novo encontro de sensibilidades cosmopolitas que se desenhou a face dos quadrinhos que, como novidade, abrem o século XXI: a autobiografia e a reportagem. Os pós-undergroundistas já contavam com alguns autobiógrafos importantes, como Crumb, Art Spiegelman (o editor da Raw, raríssima e muito influente revista de vanguarda), Will Eisner e Harvey Pekar, esse último um roteirista radicalmente cismado com a descrição do dia-a-dia prosaico de sua vida. (...) O mais radical e bem-acabado de todos os novos jornalistas dos quadrinhos, e talvez o único a poder reivindicar esse título em toda sua abrangência, é Joe Sacco. Este é um nômade planetário, norte-americano de origem maltesa, cujas reportagens em grossos volumes quadrinizados já o levaram pessoalmente à Bosnia-Herzegovina, à Faixa de Gaza e ao fundo do próprio sofá televisivo, quando da Guerra do Golfo. (Patati & Braga, 2006, p. 176).

Essa renovação do uso de quadrinhos como suporte ao material jornalístico veio cercado de maior preocupação com credibilidade, pesquisa, apuração e citação de fontes. É utilizado com parcimônia nos jornais, geralmente atrelado a trabalhos especiais, de maior fôlego, buscando distinguir-se das antigas reconstituições de crimes, muitas vezes imprudentemente apressadas e com finalidade dramática apelativa. Neste tipo de trabalho, o ilustrador pode atuar em equipe com os jornalistas, que apuram as informações e checam os dados do texto, determinando o roteiro em conjunto. Tal como na ilustração para infografia, há margem de interpretação por parte do ilustrador, desde que os espaços permeados pela sua visão e estilo não entrem em conflito, nem coloquem em risco, o objetivo jornalístico da reportagem, dentro do qual o trabalho está balizado¹².

Desenvolvido pelo jornalista norte-americano Gay Talese, esse gênero de redação busca na ficção os ingredientes necessários para que uma história se torne mais interessante aos olhos do leitor. Por gerar certa parcialidade de ponto de vista, é considerado por alguns jornalistas como um estilo inadequado para a redação de notícias. "Não tenho a menor ideia de como esse método começou. O que fiz foi uma tentativa de instilar na escrita atual o estilo e os recursos da ficção. Procurei a 'arte da realidade' ao escrever sobre pessoas como se elas fossem parte de um conto ou de um romance; e no entanto eu queria que essa escrita fosse 'precisa', verificável, que não distorcesse os fatos em nome da apresentação dramática. Se vejo um nome inventado numa narrativa de não-ficção, paro de ler. Preferiria ler ficção." (Gay Talese, para O Estado de São Paulo, 22.out.2000).

¹² Nota do autor: Em minha atuação profissional de ilustrador e quadrinista tive oportunidade de participar de trabalhos em quadrinhos nos jornais Extra e O Globo. No Extra, o caderno "O Fim" (2011) sobre a operação policial no complexo do Alemão, foi realizado dentro da proposta de "jornalismo em quadrinhos". Outro trabalho, "Um presidente na crista da onda" (2008), foi premiado na categoria Ilustração no 30º prêmio da Society for News Design (Anexo 1).

Jornalismo em quadrinhos



Figura 6 – Exemplos de jornalismo em quadrinhos.

2.3. A ilustração como uma visão ou comentário das notícias

O gênero jornalístico opinativo, de acordo com Assis (2010, p. 5), tem seu desenvolvimento associado ao uso da argumentação e à atividade da imprensa nos processos revolucionários do século XVIII, tais como a independência dos Estados Unidos, em 1776, e a Revolução Francesa, em 1789.

O relato e a informação, entretanto, são as bases do jornalismo. Dessa forma, o gênero informativo é considerado o mais antigo do discurso jornalístico, estando presente na imprensa desde o século XVII. Esse gênero trabalha com a descrição dos fatos de maneira objetiva, buscando um distanciamento dos acontecimentos e imparcialidade nos relatos. (Assis, 2010, p. 3). Entretanto, até o surgimento da fotografia, a ilustração era utilizada para sustentar as narrativas do jornalismo informativo. Porém, como afirma Bahia (1990, p. 123), a ilustração registrava os acontecimentos, mas também acrescentava “a essa visão a sátira, a ironia, a informalidade e o deboche.” Embora com intuito informativo, esses desenhos continham liberdades interpretativas e presunções por parte dos ilustradores. Ou seja, transmitiam as informações sob seu filtro pessoal interpretativo. A ilustração está, assim, mais próxima à ideia de **crônica**. Segundo o Dicionário de Comunicação, a crônica seria a situação onde o acontecimento é relatado com um enfoque pessoal do narrador:

Crônica: Texto jornalístico desenvolvido de forma livre e pessoal, a partir de fatos e acontecimentos da atualidade, com teor literário, político, esportivo, artístico etc. Segundo Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari, a crônica é um meio-termo entre o jornalismo e a literatura; “do primeiro, aproveita o interesse pela atualidade informativa, da segunda imita o projeto de ultrapassar os simples fatos”. O ponto comum entre a crônica e a notícia ou a reportagem é que o cronista, assim como o

repórter, não prescinde do acontecimento. Mas, ao contrário deste, ele “paira” sobre os fatos, “fazendo com que se destaque no texto o enfoque pessoal (onde entram juízos implícitos e explícitos) do autor”. (Rabaça & Barbosa, 2002).

Não são, portanto, desenhos elaborados sob um ideal de *objetividade*. Segundo Assis (2010, p. 4), a *objetividade* é um valor característico do modelo jornalístico norte-americano. Está ligada ao crescimento do seu ritmo empresarial e industrial, e à ideia de *notícias* como principal mercadoria jornalística.

O desenvolvimento desse modelo de jornalismo se deu através dos *penny papers*, jornais populares que custavam um centavo e alcançaram grande circulação a partir da década de 1830, nos EUA, atingindo um público de massa, sem homogeneidade cultural e política – ao contrário dos periódicos dirigidos a um público de elite e que tinham o preço de seis centavos. Esse aumento de circulação permitiu a autonomia financeira das empresas e a profissionalização dos repórteres, embora o apelo e a linguagem da notícia fosse alvo de críticas pelo sensacionalismo. Segundo Lupton (1999, p. 170, tradução nossa), “a *notícia* tal como entendemos hoje, surge neste período: uma narrativa constante, urgente, sem fim nem começo, servindo simultaneamente de entretenimento e de registro histórico.¹³” O jornalismo de notícias, para as massas, prioritariamente informativo, reposicionou a profissão¹⁴:

O jornalista deixa de ser um ativista político, autor de textos opinativos, para se tornar um mediador neutro e imparcial que observa a realidade social e produz um relato com base no método da objetividade, semelhante ao rigor metodológico do Positivismo. Este é o padrão – o modelo norte-americano e inglês de jornalismo informativo, separando as opiniões dos fatos – que, no decorrer do século XX, acaba por se tornar dominante no campo jornalístico das sociedades democráticas. (Aguiar, 2009, p. 4).

Essas transformações nos ajudam a compreender a função da ilustração. Com o desenvolvimento da fotografia, o desenho não precisava mais registrar – ou reconstituir – os acontecimentos, podendo explorar o lúdico e a fantasia. Carlos Loredano explica as mudanças ocorridas no início do século XX:

Porém, justo o que possibilita esta agradável novidade – caricatura em meio-tom – vai forçar os desenhistas a procurar ao longo das próximas décadas um novo espaço no jornal. (...) Mais e mais, as charges e caricaturas vão ceder à fotografia seu posto na primeira página. Às segundas-feiras, lá estão instantâneos das regatas

¹³ “The “news” as we know it today emerged in this period: an ongoing, immediate narrative with no beginning or end, serving as both disposable entertainment and historical record.”

¹⁴ No Brasil, segundo Assis (2010, p. 4), este modelo de jornalismo, profissional e industrial se consolida a partir da década de 1950, com a implantação de novas técnicas e padronizações no texto, como o *lead*, assim como a reformulação organizacional e gráfica na diagramação e produção de jornais como Jornal do Brasil, Última Hora e Diário Carioca, no Rio de Janeiro.

e partidas de futebol da véspera, os primeiros desastres aéreos já vem acompanhados de sua dificilmente substituível cobertura fotográfica. (Loredano, 1985, p. 16-18).

Com a ascensão do Design enquanto profissão e disciplina, o jornalismo visual *informativo*, com uma atitude de neutralidade e compromisso *objetivo* com a informação, tal como um repórter de imagens, passa a ser trabalho da Infografia, através do uso de diagramas. Entre os dois principais gêneros jornalísticos, portanto, a Ilustração se faz mais atuante no jornalismo *opinativo*.

A discussão acerca dos gêneros jornalísticos não é uma teoria pacificada, pois está em constante evolução e depende de características culturais que influenciam o modelo jornalístico, podendo variar de um país para outro. O modelo postulado por José Marques de Melo e Francisco de Assis (Melo & Assis, 2016, p.39-56) é o mais difundido no Brasil. Nesse modelo, os principais gêneros, funções e formatos são:

Gênero	Função	Formatos
Informativo	Vigilância social	Nota; Notícia; Reportagem e Entrevista
Opinativo	Fórum de ideias	Comentário; Artigo; Resenha; Coluna; Caricatura; Carta e Crônica
Interpretativo	Papel educativo, esclarecedor	Análise; Perfil; Enquete; Cronologia e Dossiê
Diversional	Distração, lazer	História de interesse humano e História colorida
Utilitário	Auxílio nas tomadas de decisões cotidianas	Indicador; Cotação; Roteiro e Serviço

Tabela 2 – Os gêneros jornalísticos segundo modelo de Marques de Melo e Assis (2016).

Observamos que Melo e Assis incluem a Caricatura no gênero opinativo, mas não fazem menção às demais imagens da iconografia jornalística, como as fotografias, ilustrações e infografias. Outro problema inerente à discussão de gêneros diz respeito à assunção de objetividade, questionada por autores como Manuel Chaparro, aspecto observado em artigo de Fábio Gonçalves Ferreira (2012, p.8),¹⁵ o que inviabiliza a divisão entre o gênero informativo e o opinativo. Essa discussão foge aos objetivos de nossa pesquisa, sendo impossível abarcá-la nesse estudo. O que nos interessa para a compreensão do funcionamento das

¹⁵ Segundo Ferreira: “Chaparro afirma ser uma “fraude teórica e moralista” a dissociação entre os gêneros Informativo e Opinativo. Marques de Melo assinala que cada processo jornalístico tem sua dimensão ideológica própria, independentemente do artifício narrativo utilizado”.

ilustrações e suas contribuições editoriais é perceber essa mudança de atitude: a variação entre iniciar um trabalho com o intuito de relatar e informar; diferente da postura de comentar, fazer troça, opinar ou criticar. Esses posicionamentos diferentes entre infografista e ilustrador ficarão mais claros quando observarmos a visão dos profissionais que trabalham com arte na prática jornalística, nos capítulos 3 e 4.

Gilmar Hermes (2005, p. 4) e Ary Moraes (2010, p. 23) também entendem que as ilustrações e os desenhos de humor, ao contrário da infografia, são imagens associadas, na maioria das vezes, ao opinativo:

A infografia consiste num recurso que combina texto e imagem com o objetivo de esclarecer o leitor a respeito de assuntos cuja complexidade ultrapassa os limites do repertório das pessoas comuns. A palavra vem do espanhol *infografía*, que, por sua vez é o resultado da contração do inglês *information graphics* (*infographics*). De maneira sucinta, significa informação gráfica ou ainda gráficos informativos, expressão que pode ser entendida se tomada no contexto do jornalismo impresso norte-americano, no qual o substantivo *graphics* pode ser relacionado a uma infinidade de elementos visuais. O adjetivo *information* limita-lhe o sentido: gráfico que expressa uma informação necessária para contextualizar o leitor em relação a determinado assunto complexo, portanto de natureza diferente daquela veiculada por cartuns, quadrinhos, caricaturas ou demais ilustrações, predominantemente opinativa. (Moraes, 2010, p. 23)

Jornais brasileiros tradicionalmente utilizam ilustrações ou charge junto a editoriais e colunas opinativas, a exceção sendo o Estadão, que as usa menos. O mais antigo ilustrador de editoriais e colunas de opinião em atividade no Brasil é Marcelo Monteiro, desenhando em O Globo desde 1962 (Globo, 2017).



Figura 7 – Exemplos de ilustrações junto a colunas de opinião e editoriais

Outra forma de abordar o problema é pelo entendimento das imagens como textos, como linguagem. Assim, as ilustrações podem adotar posturas variadas na prática jornalística, sendo utilizadas para opinar, elucidar, comentar, informar, etc. Por vezes, inclusive, misturando mais de uma dessas funções.

Ricardo Cunha Lima (2015) analisou as definições de infografia existentes no campo do design de informação, buscando esclarecer confusões terminológicas e conceituais. A partir dos estudos de Michael Twyman, propõe compreensão do material não-verbal (imagens) como linguagem. Além disso, Lima observa a separação da iconografia entre imagens **pictóricas** (ilustrações e fotografias) e as **esquemáticas**. Assim, a linguagem gráfica do jornalismo pode manifestar-se em três "**modos de simbolização**": **verbal gráfico, pictórico e esquemático**. A linguagem verbal é a do texto, a "representação gráfica da linguagem falada (seja ela tipográfica ou escrita à mão)". A esquemática é composta por "formas gráficas que não incluem palavras, números ou imagens pictóricas (como por exemplo, tabelas, representações abstratas de estrutura, etc.)". Já a linguagem pictórica refere-se a "imagens figurativas, sejam elas desenhos ou fotografias, incluindo formas abstratas sem função descritiva." (Lima, 2015, p. 115).

Lima propõe uma definição atualizada de Infografia jornalística como:

1. Um tipo de matéria jornalística que não se limita ao texto escrito.
2. Tem a seu dispor a linguagem verbal gráfica, esquemática e pictórica.

3. A estratégia de leitura pode se desenvolver de forma não-linear.
4. A infografia não é um tipo de iconografia (ilustração, diagrama, etc.) pela possibilidade de se comportar como fonte autônoma de informação.

A infografia pode ser vista como uma evolução do diagrama tradicional, pois possui as mesmas características básicas de um diagrama. Ao contrário do texto linear tradicional, utiliza diferentes recursos gráficos e possui uma estrutura que oferece uma estratégia de leitura não-linear, permitindo que o leitor escolha o encadeamento da narrativa. (...) os infográficos se diferem, de um diagrama tradicional, na sua forma de se relacionarem com o texto. A iconografia costuma ser subordinada a uma matéria, enquanto, infográficos são projetados para serem lidos como informação autônoma. (Lima, 2015, p. 121).

A infografia, nesse olhar, é estrutura autônoma, elemento diagramático composto, que articula texto e ilustração, que pode vir a integrá-la. Entretanto, mesmo concordando que a ilustração estará sempre referenciada a um texto e integra composições texto-imagem (página diagramada, quadrinhos, infografia, charge, etc.), acreditamos que ela pode também, em alguns casos, sustentar-se autonomamente, como elemento que expande significados além-texto. Discutiremos a questão posteriormente, quando abordarmos a relação entre arte e ilustração.

Como exemplo para os dois posicionamentos narrativos em pólos funcionais opostos, podemos observar como a notícia da prisão do deputado Eduardo Cunha foi abordada pela charge e pela infografia (fig. 8). Ambas são imagens que integram texto e desenho, permitem leitura autônoma em relação à página, e representam a cela de Eduardo Cunha. A charge, enquanto ilustração, fantasia acerca da mesma. O ilustrador utilizou sua imaginação para conceber detalhes sórdidos como um ambiente sujo e escuro, com paredes rabiscadas. O deputado é representado como uma figura baixa e rechonchuda. Ele rabisca: “Fora Cunha!”. Não há compromisso com a verossimilhança em relação ao cárcere real, nem há risco do jornal ser acusado de mentira ou manipulação, sendo tomada como sátira e galhofa, visão do ilustrador-chargista. Na infografia, ao contrário, vemos uma representação esquemática da cela, sem intenção de estilo pessoal. O infografista desenha somente o que é sabido e foi apurado, buscando representar com precisão os fatos relatados. Se não sabe que cor tem as paredes, se estão ou não rabiscadas, deixa-as neutras. O objetivo é apresentar ao leitor a planta baixa da prisão: como é a disposição da cela proporcionalmente em relação a um homem médio? Este é representado por uma silhueta, evitando caracterizá-lo como um homem *específico*, como fez o chargista. A silhueta é mais fiel com a verdade possível, representa *qualquer* homem. O trabalho da infografia é como desenhar por

equações; por variáveis. Tal como o texto informativo, quando não tem certeza da informação, evita especificá-la para não incorrer em inverdade. O estilo *sem-estilo*, esquemático, decorre desse compromisso.



Charge

Charge de Angeli (esq) e
Infográfico, sem crédito (dir).
Folha de São Paulo, 21/10/2016.
Reprodução da internet.

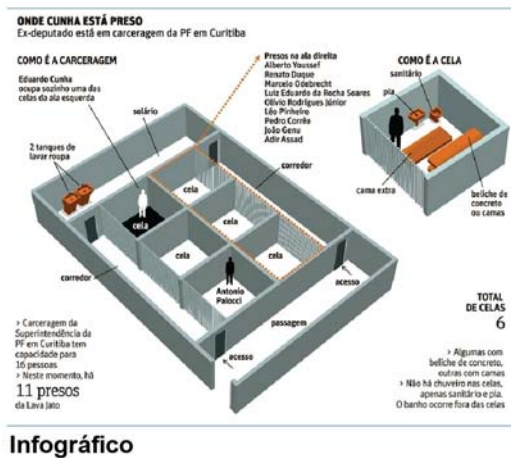


Figura 8 – Posicionamentos opostos do desenho na charge e na infografia.

Para exemplificar a ilustração que *comenta* mas atua *fora do jornalismo opinativo*, temos as notícias que abordam situações constrangedoras ou estigmatizadas perante a opinião pública (fig. 9). A primeira é sobre o "Prêmio Ig Nobel", que "premia" ideias científicas bizarras. A segunda é uma reportagem sobre a aquisição de diamantes para burlar o fisco brasileiro. As ilustrações adicionam um tom de humor, comentando histórias que teriam dificuldade de serem ilustradas por fotografias de personagens, pois produzem uma associação negativa: a primeira trata de um "prêmio" que caça de pesquisas esdrúxulas, enquanto o segundo trata de uma atitude criminosa. Vale notar que, para ambas, foram convocados ilustradores que também atuam como cartunistas.



Ilustração para notícias

Ilustrações de Fabiane Langona e Jean Galvão na Folha de São Paulo, 23/9/2016 e 9/9/2016, respectivamente. Reproduções da internet.

Figura 9 – Ilustrações para notícias, acrescentando humor.

2.4. As funções da ilustração: interseção entre Arte e Design

Apesar dos antecedentes históricos centenários, a Ilustração, segundo Alan Male, só foi reconhecida como disciplina recentemente, sendo confundida com o Design e com as Belas Artes pelas interseções comuns entre as três atividades. Para o autor, há um "núcleo distinto" que define a razão de ser da Ilustração:

Ilustração diz respeito a comunicar uma mensagem a uma audiência em um contexto específico. Surge de uma necessidade objetiva, gerada pelo próprio ilustrador ou por um cliente de natureza comercial, para desempenhar uma função. (Male, 2007, p. 10, tradução nossa¹⁶).

Em seu livro teórico sobre a ilustração de livros infanto-juvenis, “Pelos Jardins Boboli” (2008), Rui de Oliveira também afirma que a ilustração tem uma finalidade. Oliveira destaca duas qualidades da ilustração: *envolver o leitor* – que Oliveira chama de *encantamento* – e *contar histórias*. Para Oliveira, a ilustração diferencia-se da pintura por sua *narratividade* intrínseca.

o primeiro elo que desperta nosso olhar e transfere a ilustração para nossa memória é um sentimento vago, impreciso, que podemos chamar de *encantamento*, uma

16 “It is often confused with other disciplines, most notably that of graphic design and fine art, perhaps because there is an occasional overlap. However, there is a distinct core that is unlike anything else and it is this that defines its ‘raison d’être’. Illustration is about communicating a specific contextualized message to an audience. It is rooted in an objective need, which has either been generated by the illustrator or a commercial based client to fulfil a particular task.”

qualidade que tem a imagem de nos apaziguar, mesmo que nos inquiete. (...) A ilustração possui um fim a ser servido. Ao se abster do prático, do ato de envolver e de contar e descrever histórias, não estaremos mais no terreno da ilustração. O fato de se situar em um terreno bastante flexível – como o *encantamento* – o primeiro nível de apreciação da arte de ilustrar não predispõe o olhar como devedor unicamente do prazer, refugiando nossa atenção exclusivamente nos meandros da forma. (...) Um dos objetivos básicos do ilustrador é tornar incomum o comum, transformar o real em fantástico, sugerir e representar o que o leitor supõe ver. O espaço imaginário entre o visto e o não-visto é a área preferencial de atuação do ilustrador ante sua inexorável referência a um texto literário. (Oliveira, 2008, p. 36-37)

O exercício dessa arte *funcional* está associada ao desenho, configuração gerada pela mão do artista através de uma técnica. Para Male, a ilustração "comunica um contexto a uma audiência (tradicionalmente pelo desenho)":

O desenho é a principal faculdade da ilustração. É a fundação sobre a qual suas imagens são construídas. Está na base de todos os estilos de ilustração, da representação realista até a abstração *avant-garde*. Toda ilustração tem que ser concebida, projetada e arte-finalizada, e o desenho tem um papel nisso tudo. (Male, 2007, p. 37, tradução nossa).

Como estipular fronteiras entre o que seria um desenho para ilustração e um para o design, por exemplo? Onde o ilustrador mistura-se com o artista-plástico? Jo Mignone, estudando a revitalização da ilustração na década de 2000, associou a ela os termos "tradicional" e "*handmade*" – algo *feito à mão*. Definiu "ilustração tradicional" como: "ilustração baseada na habilidade de desenho de um indivíduo, gerada pela mão, envolvendo o estilo pessoal do ilustrador e sua interpretação do *brief*." (Mignone, 2005, p. 15, tradução nossa). Para a pesquisadora, o mais importante é ressaltar o aspecto *pessoal* do *estilo* e da *interpretação* do ilustrador. Concordamos com essa leitura, pois a ilustração seria uma visão do artista, um grau de interpretação pessoal, seja pelo conteúdo narrativo – sua leitura do texto –, seja pela expressão plástica – o estilo da forma¹⁷. Para Fayga Ostrower, em "Universos da Arte", o estilo é uma "visão de vida", pessoal e cultural:

Estilo deve ser entendido como um princípio *normativo do fazer em geral*. Uma vez que todo ato se origina em valores que, conscientemente ou não, o indivíduo tem para conduzir sua vida, resulta que qualquer atividade – de qualquer pessoa, em qualquer campo – representa, no fundo, uma questão de estilo. Em todo fazer há um *como*, que se torna expressivo. (Ostrower, 2013, p. 283).

Que funções possui a ilustração? Rui Oliveira propõe três gêneros básicos: ilustração **informativa, persuasiva e narrativa**. Podemos subentender funções a

¹⁷ O desenho no design está associado ao projeto, dentro do qual um padrão coletivo é estipulado a partir de convenções estilísticas que possibilitam o trabalho em equipe sob uma mesma identidade.

partir dos mesmos. Esses gêneros não são estanques, pois “agem muitas vezes ao mesmo tempo, influenciando-se mutuamente.” (2008, p. 44).

A Ilustração informativa é aquela que possui objetivos específicos, sendo compromissada com o conhecimento e a clareza de informações, não permitindo ambiguidade de interpretações. Por exemplo, as ilustrações de medicina, botânica ou até mesmo o manuseio de aparelhos de DVD.

Ilustração Persuasiva; Convém esclarecer que toda ilustração deve ser persuasiva e comunicativa; porém, a persuasão a que estou me referindo é direcionada para os fenômenos de marketing e publicidade de algum produto ou evento. Representam melhor esse segmento as chamadas ilustrações publicitárias.

Ilustração Narrativa; A análise desse tipo de ilustração é o objetivo deste estudo. A ilustração narrativa está sempre associada a um texto, que pode ser literário ou musical, como é o caso das ilustrações para capa de CDs e DVDs. No entanto, o que fundamentalmente caracteriza esse gênero são o narrar e o descrever histórias através de imagens, o que não significa em hipótese alguma tradução visual do texto. A ilustração começa no ponto em que o alcance literário do texto termina, e vice-versa. (OLIVEIRA, 2008, p. 44).

Para Alan Male (2007), são cinco os contextos gerais nos quais a ilustração atua: **informação, comentário, narrativa de ficção, persuasão e identidade**. Os dois últimos se referem mais a atividade publicitária e ligada ao design corporativo, saindo do escopo de nossa pesquisa. Os três primeiros contextos, entretanto, podem se relacionar ao jornalismo: informar, comentar e narrar.

O primeiro comunica informação, tal como a ilustração de material didático, histórico-cultural ou científico. Por ser elucidativa, Male acredita que há um equívoco em se associar esta função de transmitir informação – esclarecer – com um desenho necessariamente técnico e "artisticamente estéril." (Male, 2007, p. 87).

O comentário é a principal função da ilustração na imprensa. Male afirma que “a essência da ilustração editorial é o comentário visual. Sua função principal é se tornar simbiótica com o jornalismo” (2007, p. 122, tradução nossa¹⁸). As melhores ilustrações editoriais são "provocadoras" e "levam a pensar":

formuladas dentro da correspondência jornalística do comentário político, econômico e social, elas desafiam tanto a opinião popular como a alternativa; ofuscam e apresentam argumentos; fazem perguntas e as deixam sem respostas; fazem declarações provocativas, ignoram a estética ou noções de 'bom gosto' acerca do assunto ou linguagem visual. (Male, 2007, p.119, tradução nossa).

A ilustração narrativa ficcional é aquela encontrada nos livros infantis, quadrinhos e compilações temáticas de mitologia, fantasia e terror. Male (2007,

¹⁸ “The essence of editorial illustration is visual commentary. Its principal function is to be symbiotic with journalism contained within the pages of newspapers and magazines.”

p.138) associa essa função à narrativa sequencial. A construção da imagem e a capacidade de contar a história seriam mais importantes que o comentário ou a transmissão de informação visual precisa. Os ilustradores atuam inventando ficções e imaginando mundos de fantasia. Assim como Rui de Oliveira (2008), Alan Male (2007) observa que esses ramos funcionais podem misturar-se simultaneamente.

Em sua tese, "Ilustração: Uma prática passível de teorização" (2010), Nathalia Sá Cavalcante investigou o estatuto da ilustração, optando por uma visão ampla, múltipla e flexível dessa prática, entendida por ela como uma linguagem, arte visual parceira do design gráfico. Para Cavalcante, "ilustrar é um ato de aproximação entre a expressão e a observação do cotidiano, entre o banal, o corriqueiro e a informação" (2010, p. 53). Dentre as múltiplas atuações da ilustração, Cavalcante também destaca a narratividade como uma de suas "razão de ser", sendo uma "via de aproximação entre ilustração e design":

A ilustração é uma linguagem que dialoga com as artes visuais e com o design gráfico, transitando entre as duas áreas. A ilustração não se constitui na condição de campo autônomo em função da sua própria razão de ser, ou seja, descrever ou narrar uma ideia, mesmo quando a narrativa é construída apenas de imagens e a imagem-função fundamenta o sentido da obra. A ilustração é parte fundamental da história das artes visuais; história que abrange o design gráfico. (...) / A relação entre palavra e imagem aponta o desdobramento de uma mútua interferência. A palavra provoca a ilustração, que, por sua vez, redimensiona o texto. A leitura integrada entre texto e imagem oferece ao leitor a possibilidade de construção de sentidos diferenciados. A narrativa é a essência da ilustração, na medida em que a sua existência, em geral, depende de um conteúdo textual preestabelecido. (Cavalcante, 2010, p. 55-57).

Uri Shulevitz, em "Writing with Pictures" (1985), manual sobre a ilustração e narrativa em livros ilustrados, dedica um capítulo ao "propósito da ilustração."¹⁹ Para Shulevitz, a ilustração tem como função primária "iluminar" o texto, tornando-o perceptível. Secundariamente, "ornamenta" o texto.

A principal função da ilustração é iluminar o texto, jogar luz nas palavras. Aliás, ilustração em livros medievais é chamada de iluminura e o termo ilustração deriva do verbo latino que significa "brilhar," "iluminar." / Figuras auxiliam a esclarecer palavras porque tornam o assunto concreto, mais próximo de como percebemos o mundo. Essa clarificação vem da representação acurada do sentido literal e, então, indo além, pela representação do estado de espírito e o sentimento das palavras. O desenho também pode prover detalhes que o leitor perdeu ou não compreendeu totalmente e, dessa forma, jogar uma nova luz sobre as palavras. O alcance da ilustração, então, se estende desde seu papel mais modesto, como mera explanação do texto, a sua mais elevada realização, quando ilumina espiritualmente e mentalmente. / A ilustração também ornamenta o texto. Artistas medievais por vezes usavam ouro em seus desenhos, literalmente fazendo a página *brilhar*. Mas

¹⁹ "The Purpose of Illustration," tradução nossa.

nem ouro nem design decorativo são necessários para a figura adornar o texto; ela adorna pela virtude de ser visual. A mera introdução de figuras realça a beleza de um livro e dá ao leitor um descanso da leitura de palavras. Aliás, o artista não precisa se preocupar com a decoração do texto, de modo algum – é o resultado natural da ilustração. (Shulevitz, 1985, p. 120, tradução nossa).

Ary Moraes também descreve como funções básicas da ilustração “ornar e elucidar”, ressaltando que a ilustração jornalística deve possuir “finalidade social,” ou seja, ser capaz de comunicar-se com o leitor:

A definição do substantivo ilustração nos leva às duas dimensões que o uso da palavra sugere – ornar e elucidar. A primeira delas tem a ver com o resultado formal que a introdução de imagens na página pode provocar, e, sua utilização será regida pelas regras da sintaxe visual, contando, para tanto, fatores como equilíbrio, ritmo, etc. Já a segunda é condição para que um trabalho artístico seja classificado como manifestação do jornalismo, uma vez que só tem sentido publicar uma imagem dentro de um veículo informativo – como os diários – se ela acrescentar informação com alguma finalidade social. (Moraes, 1998, p. 119).

Ainda para Moraes (1998), na prática, essas duas funções se misturam, uma vez que ao mesmo tempo que “elucidam”, enquanto imagem ligada ao jornalismo, as ilustrações também terminam por “ornamentar” a página do jornal. Esse pensamento corrobora com a visão de Shulevitz (1985), embora aqui aplicada ao âmbito do jornalismo por imagens. Moraes ressalta, entretanto, que a ilustração “esclarece” sem a mesma “objetividade” da infografia. A ilustração permite que a interpretação e o estilo do artista transpareçam. Como visto anteriormente, na infografia, “tal manifestação do autor não se faz importante. O foco está centrado exclusivamente na informação.” (Moraes, 1998, p. 119).

Adornar a página é uma função mínima da ilustração, portanto, um resultado natural de sua aplicação numa composição diagramada. Entretanto, restringir a ilustração a essa função é um mau uso e desperdício de seu potencial.

Elucidar, informar e narrar são funções que pressupõem um desenho figurativo, descritivo. Como exemplo da ilustração com função de elucidar e informar temos aquela inserida dentro de um infográfico. O ilustrador que concebe a imagem tem liberdade para interpretar aspectos da confecção da ilustração, desde que estes não entrem em conflito com as informações demarcadas pela infografia. A ilustração transmitirá inclusive, pelo desenho, informações *não contidas* no texto verbal, *complementando-o*²⁰. Por conta de sua

²⁰ Uma ilustração para uma coluna de opinião pode, além de *elucidar* o assunto superficialmente, *comentá-lo* abertamente, inclusive em *discordância* com o texto.

natureza descritiva é a *linha*, geralmente, o elemento do desenho determinante para transmitir essas informações. A linha *informa*, e a *forma* precisa estar de acordo com as convenções anatômicas do objeto configurado na infografia. Não a toa, Fayga Ostrower associa a linha à intelectualidade e a cor, à sensualidade. O ilustrador, então, coloca sua *visão* através das qualidades plásticas e expressivas do desenho – cores, valores e texturas decorrentes do seu manuseio da técnica (seu estilo) – desde que não interfiram no conteúdo *informacional* do infográfico.

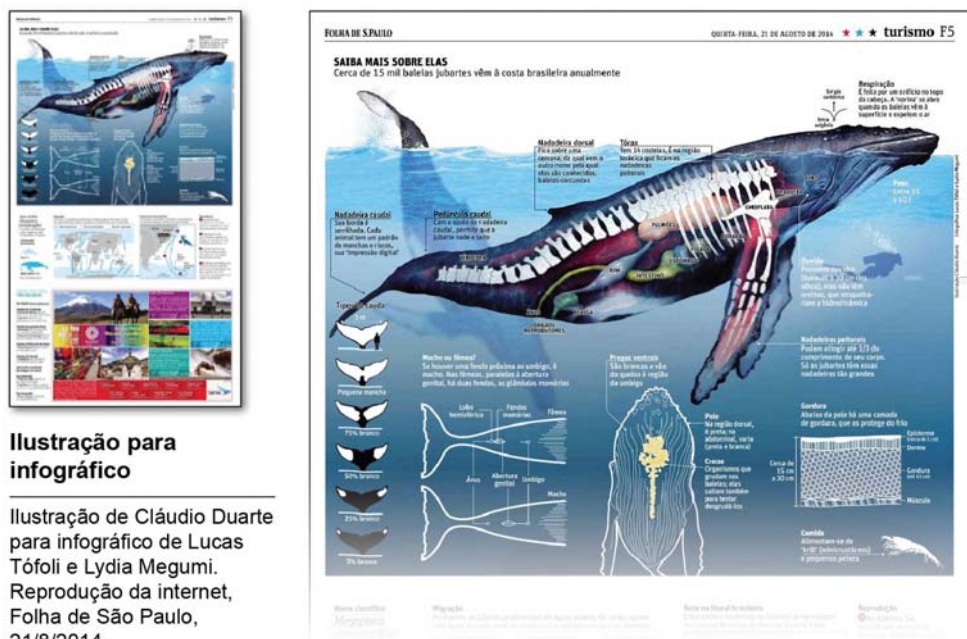


Figura 10 – Exemplo de ilustração para infográfico ilustrado.

O ilustrador, como praticante de um fazer artístico, também trabalha constantemente com o pensamento *analógico*, tomando decisões baseadas nas formas e nas semelhanças. Assim como o poeta busca rimas e observa a sonoridade das palavras, o ilustrador também faz escolhas motivadas por um pensar não-verbal, não-lógico, sem preocupar-se com um significado preciso; escolhas sensuais, sinestésicas; encantando-se com manchas, texturas e trocadilhos visuais. Talvez por sentirem esse aspecto da criação artística minado, alguns ilustradores incomodam-se tanto com trabalhos que demandam desenhos com interpretações inequívocas, por demais explicáveis, frutos do raciocínio lógico de causa-e-efeito, não-poético. E se o ilustrador, ao invés de elucidar, desejar *complicar*? Se abandona completamente a narrativa, produzindo

trabalhos que estimulam os sentidos mas já não guardam nexos racionais aparentes com os textos do jornal? Um desenho abstrato, *ilustra*?

Apesar de a teoria apontar a importância de figuração na ilustração jornalística, o uso de imagens abstratas ou herméticas não é incomum. A partir da análise do uso de ilustrações de artistas plásticos na Folha de São Paulo, Hermes (2006, p. 3.) levantou dois questionamentos sobre esse posicionamento: se o hermetismo das imagens é análogo ao estilo textual elíptico de algumas *pensatas* e textos com viés de redação mais literário ou acadêmico; se essas imagens, não-naturalistas e sem vínculo mimético com a *realidade*, ajudam a evidenciar o jornal também como produto de uma construção social da realidade.

As capas do caderno *Ilustríssima*, da Folha de São Paulo, utilizam com frequência ilustrações conceituais ou herméticas



Deco Farkas, 16/10/2016 Fabíola Racy, 2/7/2017 Fábio Zimbres, 24/12/2017

A página de opinião de O Globo também as utiliza



Renato Carvalho, 24/9/2017



Alvim 20/4/2017

Figura 11 – Ilustração hermética, conceitual ou abstrata.

Para Male (2007, p. 54), desenhos mais herméticos e conceituais surgem da necessidade de uma imagem para acompanhar temas mais complexos da imprensa, em contraponto ao estilo literal e realista que predominou até a metade do século XX. A crescente competição com a fotografia, levou a ilustração a buscar diferenciais.

Paula Ramos (2016, p. 41), em "O ilustrador na periferia da história da arte", introdução de "Modernidade Impressa", sua pesquisa sobre os ilustradores da Livraria do Globo–Porto Alegre, lamenta que a ilustração seja pouco estudada na academia brasileira, incluindo aí os currículos brasileiros de graduação em artes visuais. Para a autora, "isso decorre da ideia (quase sempre preconceituosa) de que tais produções não são relevantes no campo das artes visuais pelo fato de não se pautarem por inovações formais". Em amplo aspecto, esse seria um entendimento inclusive "compreensível", uma vez que o historiador da arte

tradicional geralmente trabalha com imagens que se notabilizam por "aspectos inéditos", representando "avanços" no conceito e na prática. Para ela, é digno de estudo e comentário o que estiver articulado a um padrão de "originalidade".

Rui de Oliveira (2008, p.34) ressalta a carência de teorias para análise crítica da imagem impressa, em oposição a extensa bibliografia da pintura, escultura e arquitetura. Para Oliveira, "os propósitos estéticos da imagem reproduzida em série possuem seus próprios questionamentos," e, devido à ausência de uma sintaxe e gramática específicas, a leitura de uma imagem "é uma aptidão adquirida". Oliveira, entretanto, não acredita que isso seja impedimento para a compreensão dos elementos plásticos que compõem uma ilustração, entendendo que a arte também pode ser uma linguagem, um código humano compreensível e decodificável. A experiência visual da ilustração inclui os elementos da linguagem plástica (para além da relação com o texto) e a ilustração, em sua "plenitude artística," pode atuar também como obra autônoma.

O fato de não haver uma sintaxe não elimina a possibilidade de uma teoria de coordenação dos elementos plásticos que compõem uma ilustração, por exemplo. Assim como existem os códigos, as convenções de uma língua que permitem a comunicação do pensamento, a linguagem não-verbal também possui seus códigos. Ou seja, há elementos em sua estruturação interna e externa que são perfeitamente analisáveis. (...) Considero que a ilustração, quando realizada em sua plenitude artística, não é mais que um objeto circunstancial, podendo tornar-se obra autônoma, fenômeno também observado na música. (Oliveira, 2008, p. 34-35).

Décio Pignatari (2005) também compara a música às artes visuais, juntando a elas a poesia. Pignatari destaca a importância do pensamento analógico para a "função poética da linguagem", a projeção de códigos não-verbais sobre o código verbal.

Podemos dizer que a função poética da linguagem se marca pela projeção do ícone sobre o símbolo — ou seja, pela projeção de códigos não-verbais (musicais, visuais, gestuais, etc.) sobre o código verbal. Fazer poesia é transformar o símbolo (palavra) em ícone (figura). Figura é só desenho visual? Não. Os sorf de uma tosse e de uma melodia também são figuras: sonoras. (...) A maioria das pessoas lê poesia como se fosse prosa. A maioria quer "conteúdos" — mas não percebe formas. Em arte, forma e conteúdo não podem ser separados. Perguntava o poeta Yeats: "Você pode separar o dançarino da dança?" Quem se recusa a perceber formas não pode ser artista. Nem fazer arte. (Pignatari, 2005 p. 18-19)

Embora ressalte as qualidades *formais* da ilustração, Rui de Oliveira (2008, p. 36) defende a *narratividade* como sua qualidade essencial, da qual não pode abrir mão sem encaminhar-se para o terreno *auto-referencial* das artes plásticas.

Priscila Rufinoni (2008) pesquisou a obra de Oswaldo Goeldi enquanto "artista ilustrador." Há uma dificuldade em estabelecer fronteiras nítidas no

espaço híbrido e "contaminado" da página diagramável da imprensa, que necessariamente engloba um mosaico de elementos textuais e pictóricos, cheio de retalhos de histórias e fértil em narrativas possíveis por livre associação. Seria a ilustração jornalística, mesmo aquela que se pretende hermética ou abstrata, sujeita a interpretações e narrativas imaginárias construídas por parte do leitor?

Estudar ilustração é, necessariamente, trabalhar em um interstício entre figuração e narração, em um campo "contaminado" pelas impurezas do discursivo, do narrativo, do extravisual. É a este campo misto, este campo classicamente circunscrito pelo termo "arte aplicada", que daremos o nome de intersemiótico. Há uma espécie de porosidade, de "tradução" de um campo a outro – dos recursos da escrita para os recursos da imagem – que possibilita uma forma moderna de trabalhar com conceitos também traduzidos, contrabandeados da teoria da linguagem para a imagem ou da história da arte para a literatura. (Rufinoni, 2006, p. 29).

Rufinoni (2006, p.32) também observa como o carácter cronístico – o vínculo temporal com o calendário da vida cotidiana – impõe-se sobre o ilustrador. Para a autora, a criação de imagens para a imprensa obedece a parâmetros diferentes dos da arte moderna. Existe uma temporalidade ordenada, um calendário com datas comemorativas e feriados festejados, ao qual o artista-ilustrador precisa responder com imagens codificadas.

O carácter elíptico de uma ilustração, carregando significados ocultos cujas chaves de compreensão dependem de uma dada erudição ou informação referencial externa à imagem para sua apreciação pode ser visto como uma postura mais ligada a uma herança do discurso da literatura e das artes. Moraes (1998), vê a questão dessa forma:

No âmbito do jornalismo, codificar uma ilustração significa construí-la a partir de símbolos visuais que façam parte do repertório do público ao qual se destina. Mais eficiente será se for entendida sem dificuldade por tal público, mesmo que, para tanto, este precise pensar um pouco. O próprio carácter complexo das ilustrações também entra nesse raciocínio, uma vez que a complexidade igualmente deve ser percebida por todos, pois um duplo sentido que só possa ser percebido por poucos vira mensagem cifrada, algo como ocorre na literatura. (Moraes, 1998, p. 119).

Em nossa pesquisa documental, observamos o trabalho de Rubem Grilo, gravador e ilustrador, reconhecido tanto no meio das artes plásticas como das artes gráficas, como exemplo de trabalho que expande fronteiras e opera na interseção entre as diversas artes visuais.



Ilustrações de Rubem Grilo, gravador e ilustrador, para colunas da Folha de São Paulo, 13/9/2015 e 9/5/2016. Reproduções da internet.

Figura 12 – Ilustrações de Rubem Grilo.

A discussão sobre a diferenciação entre Arte e Ilustração, portanto, decorre geralmente de dois questionamentos. Primeiro, se o Ilustrador tem ou não domínio de sua motivação temática e opções artísticas, estando sujeito, em última instância, a um editor que encomenda o trabalho e pode rejeitar sua publicação; ou seja, tem sempre uma *função*, um *propósito* aplicado. O segundo, se a ilustração precisa referir alguma capacidade comunicacional e narrativa para com seu público ou se pode mergulhar em pesquisa formal e plástica a ponto de tornar-se hermética e alheia ao texto, como *obra independente*. Essa discussão correlaciona-se à discussão sobre uma suposta subserviência da imagem ao texto, que motiva preconceito histórico em relação à ilustração como atividade menor, espécie de desenho sempre *subordinado* a algo, que justifica sua existência.

Em "Di Cavalcanti ilustrador – trajetória de um jovem artista gráfico na imprensa", Ana Paula Cavalcanti Simioni toca nessa questão quando trata da crescente importância das artes gráficas nas primeiras décadas do século XX. Segundo Simioni (2002, p.87), as artes gráficas "ocupavam um lugar menor na hierarquia da época, abaixo da pintura e da escultura, estas sim, vistas como belas-artes." Segundo a autora, o primeiro Salão dos Humoristas, organizado em 1916, no Liceu de Artes e Ofícios, no Rio de Janeiro, pelos mais destacados caricaturistas da época como J. Carlos, Kalixto e Raul Pederneiras, foi um esforço de legitimação deste ofício:

A inauguração do Salão marca a consagração das artes gráficas como gênero específico e relativamente autônomo, cujos critérios estéticos diferiam dos da pintura e de escultura. Tal produção teria então seus próprios autores, veículos, um público e tendências internas. É também um passo na direção de sua emancipação como arte, já que um conjunto de obras gráficas é exposto em um Salão (o lugar tradicionalmente consagrado à exposição e à consagração das artes visuais) e, portanto, já não constitui uma consequência indireta do humor escrito ou um acessório decorativo de revistas e jornais. (Simioni, 2002, p.88).

É curioso notar que para esta "consagração", a ilustração e a caricatura precisam dissociar-se de sua origem: as páginas de jornal. Jaleen Grove (2009) discute a exclusão da ilustração da teoria da arte e sua rejeição enquanto arte "legítima" a partir de um debate póstumo hipotético entre Harold Rosenberg, crítico de arte cunhador do termo *action-painting*, e o ilustrador Robert Weaver. Weaver teve grande exposição nos anos 1950, revitalizando a ilustração de imprensa norte-americana ao trazer elementos da arte conceitual para o academicismo vigente²¹. Adepto do desenho de observação e adotando um estilo cru e espontâneo, Weaver foi um mestre da *'reportage'* e é associado à ideia de jornalismo visual. O ilustrador era enviado pelos editores às localidades da reportagem e, para contar as histórias em ilustrações, recorria a um desenho descritivo que, ao mesmo tempo, evitava recursos que pudessem levar a um naturalismo *fotográfico* no acabamento. Segundo Grove (2009, p.70), o ilustrador acreditava que poderia utilizar "ideias da pintura contemporânea" desde que não perdesse de vista seu objetivo: "comunicar." Para o crítico Rosenberg, ao contrário, o pintor não tem nenhum objetivo, "engajando com a tela sem nenhum assunto em mente," e trabalhando em um processo de "autoconhecimento." O crítico de arte não acreditava que este estado mental, considerado por ele "superior," poderia ser obtido no trabalho comercial:

O raciocínio de Rosenberg presumia que os ilustradores sempre sabem o que farão antes da execução, que condições para surpresas não existem em seus métodos, que eles são sempre dirigidos e que direção, objetivos e desiderata *necessariamente* estorvam a liberdade, e que autoconhecimento não pode ser atingido em trabalhos comerciais. (Grove, 2009, p.71, tradução nossa).

Weaver, em contraponto, era cauteloso em relação ao discurso do *action-painting* e acreditava que "auto-expressão não é um propósito, é um subproduto inevitável de um propósito [extrínseco]." (Grove, 2009, p.71). Para o ilustrador, o artista não pode estar completamente desconectado da sociedade e dos acontecimentos. Ser "livre" dependia de uma responsabilidade mútua. Comunicar é compartilhar, por excelência²². Nesse sentido, Weaver defendia que a ilustração poderia elucidar e, ao mesmo tempo, ser *ambígua*, deixando espaço para o artista

²¹ Norman Rockwell seria a referência no editorial norte-americano.

²² Communicare, do latim é "partilhar", "tornar comum."

e o leitor compartilharem suas elucubrações. Essa *ambiguidade*, segundo Grove, teria sido a marca de sua inovação enquanto ilustrador:

Weaver queria que suas ilustrações fossem também obras autônomas, aparte do texto que acompanhavam. Dessa forma, elas driblavam o texto, permitindo que o leitor as interpretasse contra o script se assim desejasse. (...) Enquanto comunicador visual, Weaver levava em consideração a experiência do leitor da mesma forma que a sua. O *action-illustrator* é aquele que, como um reator nuclear, provoca a ação no leitor-apreciador. Weaver evitava descrições totalitárias através de justaposições dialéticas ambíguas que abriam rachaduras na fachada ilusionista da ilustração e permitia que o leitor engajassem em uma semiose livre. (GROVE, 2009, p. 77, tradução nossa).

A reflexão acerca desses posicionamentos envolvendo uma fronteira entre arte e ilustração nos é enriquecedora para a discussão das funções das ilustrações de jornal. Acreditamos haver espaço para o ilustrador criar uma ilustração com leitura paralela, autônoma, encontrando caminhos para interações com o leitor que vão além das possibilidades contidas no texto. Entretanto, uma função não necessariamente anula a outra. Como observado por Male (2007) e Oliveira (2008), as funções podem se sobrepor. Portanto, mesmo uma ilustração que esteja nessa fronteira da polissemia e interação com o leitor, ou aquela que comenta sofisticadamente o assunto, pode também funcionar no sentido de esclarecer (ao permitir um entendimento rápido e superficial do assunto que será abordado) e, ainda, adornar a página, compondo com os demais elementos do *layout*. O contrário, logicamente, nem sempre será verdadeiro. Há trabalhos que não irão além de adornar. A partir dessa função mínima da ilustração, dependendo de suas qualidades estéticas, narrativas e comunicativas, e dependendo do repertório do leitor, outras funções podem entrar em ação na interação leitor-ilustração-texto.

2.5. Proposta e exemplos de análise funcional da ilustração

A partir das funções e definições identificadas na literatura, narrar, comentar, interpretar, opinar, satirizar, elucidar, esclarecer, informar, persuadir, ornar e adornar, podemos agrupar, sob uma função geral **elucidar**, as atuações no sentido de esclarecer e informar. Em outro sentido, podemos agrupar sob a função **comentar** as ideias de opinar, satirizar e interpretar. Esses dois núcleos possuem uma área de interseção, pois o desenho pode elucidar e, em parte, também comentar. São núcleos que se ligam ao **narrar** jornalístico. Quanto mais a ilustração se afastar da narrativa menos potencial opinativo ou elucidativo ela terá, podendo ainda sugerir um tom ou clima emocional, como espécie de pano de

fundo da leitura; ou esclarecer levemente, ao dar entendimento superficial do assunto, com baixo interesse descritivo-informativo. **Adornar**, como dito, é uma função mínima. Sua atuação prática é a de, ao embelezar a página, tornando-a atraente, trazer o leitor para engajar-se no conteúdo textual ilustrado.

Propomos uma abordagem flexível, assumindo que as funções podem acumular-se e misturar-se parcialmente. Dessa forma, sem estabelecer fronteiras rígidas, podemos, ainda assim, tentar compreender diferentes posturas, usos e tipos de ilustração decorrentes da combinação de funções.

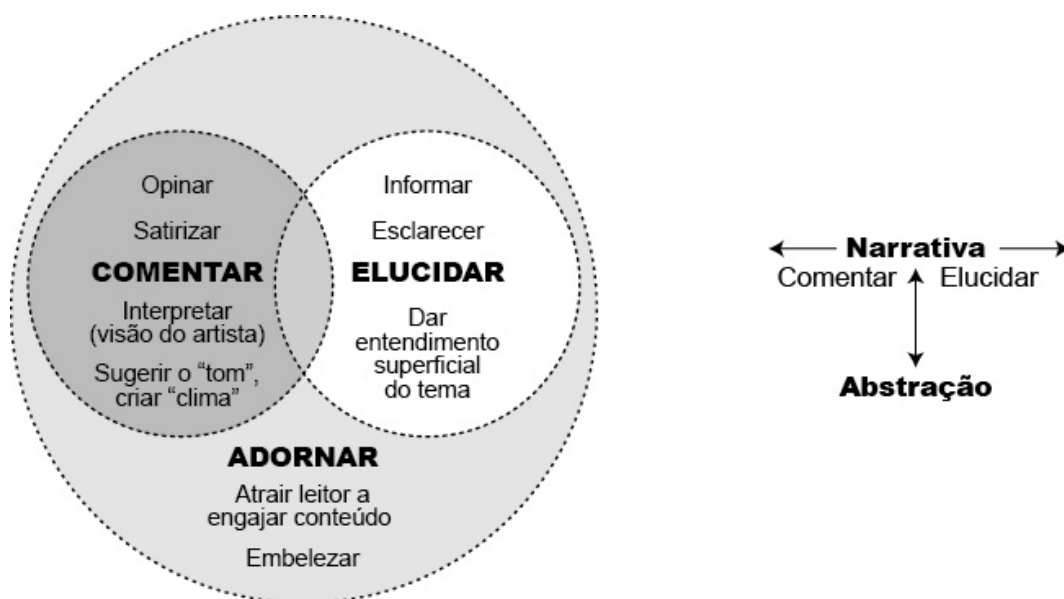


Figura 13 – Estrutura funcional básica das ilustrações jornalísticas. Gráfico nosso.



Baptista, Estadão, 2017
 Julgamento do casal Nardoni.
 Fotos e filmagens eram proibidas.

Tipo: Ilustração de reportagem

Funções: Elucida (função principal) e comenta secundariamente (incidental ou no sentido de interpretar). Adorna (função mínima.)



Tipo: Ilustração de reportagem

Funções: Elucida e comenta igualmente (funções principais; ilustrador desenha e relata suas impressões). Adorna (função mínima.)

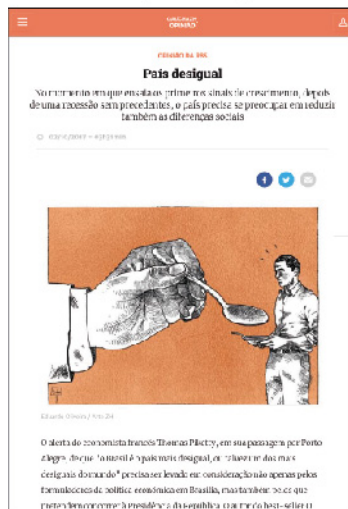


Robson Vialba, Gazeta do Povo, 21/10/2016. Cobertura das escolas ocupadas em Curitiba.

Figura 14 – Exemplos de análise e identificação funcional a partir de nossa pesquisa documental.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1612272/CA

Eduardo Oliveira, Zero Hora, 2/10/2017



Tipo: Ilustração de coluna editorial
Funções: Comenta (função principal) e elucida (secundária, sugere entendimento ou introdução ao tema). Adorna (função mínima).



Lélis, Estado de Minas, 28/10/2015

Tipo: Ilustração de notícia.
Funções: Comenta (função principal) com interpretação do artista sobre o relato. Elucida secundariamente (introduz tema geral, sem preocupação de informar). Adorna.

Juliana Freire, Folha de São Paulo, 5/11/2017



Tipo: Ilustração conceitual de coluna opinativa.
Funções: Adorna (função principal). Não elucida nem comenta. Pode sugerir uma atmosfera psicológica pelas qualidades expressivas da linha, textura, ritmo e composição.

Figura 15 – Exemplos de análise e identificação funcional a partir de nossa pesquisa documental.

Gil Tokio, Folha de São Paulo, 9/10/2014



Tipo: Ilustração de capa; ilustração de notícia.
Funções: Elucida (função principal) e comenta (interpretação do artista dos conceitos relacionados na notícia). Adorna (função mínima).

Maria Eugênia, Folha de São Paulo, 24/01/2018



Tipo: Ilustração de capa e ilustração de página de artigo opinativo.
Funções: Comenta (interpretação da artista) e elucida (introduz o assunto: tucanos remetem ao partido tema do artigo). Adorna.

Figura 16 – Exemplos de análise e identificação funcional a partir de nossa pesquisa documental.

Fido Nesti, Folha de São Paulo, 10/4/2016



Tipo: ilustração de coluna.
Funções: Comenta (função principal) e adorna. Não elucida imediatamente, sem nexos aparente. O leitor precisa engajar profundamente na leitura para chegar à relação "parasitária" sugerida pelo texto em relação à dinâmica partidária brasileira.

Figura 17 – Exemplos de análise e identificação funcional a partir de nossa pesquisa documental.

Na prática, um mesmo ilustrador pode desenhar toda a variedade de tipos de ilustrações descritas nesse capítulo, o que complica o estudo da ilustração jornalística. Há aqueles que são exímios nas três modalidades: desenho de humor, ilustração *propriamente dita* e infográficos ilustrados. No próximo capítulo, para investigar com mais profundidade a relação entre ilustração e jornalismo, pelo viés de sua produção, estudaremos o profissional responsável pela "Arte" do jornal: o ilustrador.

3. O ilustrador nas rotinas produtivas do jornalismo

Todo dia de manhã abrimos o jornal e vemos mortes violentas, desastres espantosos, ameaças apocalípticas, epidemias sem conta, novas guerras, crises gigantescas, destruição e perigo por toda a parte. E tem gente que ainda diz que não se diverte.

Millôr Fernandes, *Millôr Definitivo: A Bíblia do Caos, 1994*

A produção de um jornal diário é uma realização de dimensões industriais que reúne profissionais de diversas áreas para sua consecução. A *Redação*, coração jornalístico dessa indústria, é o centro de produção das notícias. A sistematização diária do conteúdo do jornal depende de um alto nível de organização e rotinização. É uma estrutura burocrática, hierarquizada e, ao mesmo tempo, flexível, pois precisa estar preparada para contingências de última hora. A seleção e produção diária daquilo que é notícia dentro do escopo²³ do jornal é vital para a operação jornalística. Os eventos ocorrem incessantemente no tempo e espaço, e o jornal precisa selecioná-los e adequá-los à viabilidade dos recursos humanos e financeiros disponíveis ao empreendimento, numa programação que parece tentar prever o imprevisível e ordenar objetivamente o caos.

Quer dizer, a noticiabilidade está estreitamente relacionada com os processos de rotinização e de standardização das práticas produtivas: equivale a introduzir práticas produtivas estáveis, numa *matéria-prima* (os factos que ocorrem no mundo) que é, por natureza, extremamente variável e impossível de prever. (Wolf, 1987).

Segundo as Teorias do Jornalismo, as rotinas produtivas e a organização do trabalho são aspectos importantes para a compreensão da profissionalização, legitimidade de atuação, viabilidade comercial e sucesso da atividade jornalística.

Este capítulo busca compreender **como o ilustrador se insere nas rotinas produtivas do jornalismo**. Considerando a convivência com a prática jornalística, o ilustrador absorve aspectos da cultura profissional e organizacional dos jornalistas? Adquire, com o tempo, noções de jornalismo? Partindo da questão-norteadora: "**O ilustrador se considera jornalista?**", destacamos algumas noções para investigar a relação entre o ilustrador e o jornalismo: **Noticiabilidade e valor-notícia; Objetividade e responsabilidade profissional; Tempo; Aspectos organizacionais: constrangimentos e trabalho em equipe.**

²³ Sua abrangência geográfica, temporal e cultural.

Como referencial teórico em Teorias do Jornalismo, nos apoiamos em textos de Mauro Wolf (1987), Leonel de Aguiar (2008) e coletâneas de Nelson Traquina (1993, 2005). No concernente aos temas Design de Notícias, Infografia e ilustração jornalística, nos referenciamos às pesquisas de Ary Moraes (1998, 2010 e 2013), Raquel Cordeiro (2014), Gilmar Hermes (2005, 2006 e 2007), e ao manual de jornalismo visual de Mário Kanno (2013).

Apresentamos neste capítulo uma revisão bibliográfica dos textos e entrevistas qualitativas semiestruturadas realizadas com cinco ilustradores, com larga experiência de trabalho na redação de O Globo e perfis diferentes dentro da rotina jornalística, embora todos atuassem sob o cargo funcional de "Ilustrador".

3.1. A ilustração jornalística no contexto multiplataforma: todos os profissionais envolvidos atuam como jornalistas?

Como descrito no Capítulo 2, a relação entre a ilustração e o jornal remonta à ideia de Caricatura e Desenho de Humor. Foi através do desenho satírico e humorístico que a imagem inicialmente se projetou com protagonismo no jornalismo (Beltrão, 1960) (Bahia, 1990)²⁴. Por ser a figura do ilustrador o personagem das primeiras redações com a competência do desenho e domínio das técnicas gráficas (o responsável pelas *gravuras*), há naturalmente uma associação dessa figura à do artista e à do artesão. Como artista, cria imagens comentando os acontecimentos com sensibilidade e irreverência. Ao mesmo tempo, domina técnicas de reprodução gráfica que demandam conhecimentos de oficina e envolvem destreza manual. O ilustrador faz a Arte.

Muniz Sodré destaca depoimento do ilustrador Raul Pederneiras, de 1922:

A arte era extremamente difícil e trabalhosa. Raul Pederneiras, com pleno conhecimento de causa, deixou curioso depoimento a esse respeito: "Todos eles, exímios no crayon litográfico, desenhavam diretamente sobre pesadas pedras, às avessas, para que, na impressão, o resultado aparecesse natural. Tal destreza, tal perícia adquiriam no manejo do lápis que, em poucas horas, davam conta de quatro grandes páginas de alentado formato, cuidadosamente estilizadas." (...) "Uma prensa fazia o desenho aderir ao zinco, por um modo semelhante ao das decalcomanias, fixava-se o desenho ao calor do fogo com betume e, em seguida, a chapa de metal

²⁴ Segundo Bahia (1990): "Na ausência da fotografia, a ilustração registra o mais fielmente possível as mudanças que ocorrem na sociedade imperial e republicana. Mas também acrescenta a essa visão a sátira, a ironia, a informalidade e o deboche. A fase de fastígio das publicações ilustradas do gênero abrange os séculos XIX e XX e deve aos primeiros chargistas uma contribuição certamente pioneira e principalmente normativa."

entrava em banhos graduados de água-forte que, roendo o metal, deixavam em relevo os traços do desenho protegidos pela tinta betuminada." (Sodré, 1998).

Decorre dessa pangeia conceitual de arte, gravura, ilustração, desenho, caricatura, cartuns e charge, aliada a um imaginário de oficinas e pranchetas, formatos iconográficos distintos que se referem a necessidades práticas e finalidades editoriais específicas no jornal.

A divisão de trabalho atual se estrutura para encontrar o melhor formato para se contar cada história. Em seu manual, Mário Kanno defende essa transformação:

Na imprensa brasileira, é comum que a infografia e a diagramação sejam chamados de Editoria de Arte, ou Departamento de Arte, mas eles não devem se deixar seduzir pela denominação. Não é “arte“ o que fazem. Eles são os maiores responsáveis para que o jornalismo visual seja bem executado. Cabe a eles decidir junto com os repórteres quais as melhores alternativas gráficas e iconográficas para cada história a ser contada. (Kanno, 2013).

O Design ganha prestígio junto ao jornalismo

Para contextualizar esse cenário, consideramos que alguns aspectos históricos e estruturais possam ser destacados, de maneira sucinta: A maior profissionalização do jornalismo e renovação do parque gráfico brasileiro, a partir de 1950 e 1960 (Bahia, 1990) (Camargo, 2003); A ascensão do Design no jornalismo e a informatização das redações entre 1980 e 1990, e a revolução digital e a necessidade de produção multi-plataforma a partir de 2000.

Discorrendo sobre o estabelecimento dos profissionais de arte nas redações do século XX, Moraes (1998, p.57) ressalta que a dificuldade de inserção dos ilustradores nos processos decisórios do jornalismo reflete também traços culturais históricos decorrentes do processo de formação do Brasil. Um deles seria a exagerada valorização dos "homens letrados" e do discurso verbal na vida social – a figura do "Doutor", por exemplo, popularmente associada a profissionais com diploma superior, como médicos e advogados – em detrimento ao trabalho manual/artesanal e à linguagem não verbal. Outro, o fato de que os primeiros movimentos para estruturar a formação de jornalistas no Brasil foram ligados às faculdades de Direito e Filosofia, do século XVIII até 1950, com ênfase nas habilidades de retórica e argumentação.

Num contexto como esse, não é de se estranhar que a escala de valores do jornalismo brasileiro se estabelecesse em relação diretamente proporcional à

habilidade no uso das palavras. Os "bons" jornalistas (...) eram os que demonstravam intimidade com a arte do texto. (Moraes, 1998, p. 58).

Moraes (1998, p.64) acredita que o Decreto Lei 972, de 1969, valorizou ainda mais o discurso *verbal* no jornalismo brasileiro, com a não obrigatoriedade do diploma de nível superior para as atividades de diagramador, ilustrador e repórter fotográfico e cinematográfico – justamente os profissionais da imagem.

No processo de interação e aproximação entre Arte e Jornalismo, houve destacadamente um permeamento da disciplina do Design nos processos de produção. As pesquisas sobre Design de Notícias (Moraes, 1998, 2010, 2013) (Cordeiro, 2014) (Lessa, 1995) salientam que, a cada reforma gráfica realizada nos jornais, ocorreu paralelamente uma reorganização nas rotinas de produção.

A reforma gráfica do Jornal do Brasil nos anos 1950 é um marco tanto no Design quanto no Jornalismo brasileiro. Em seu estudo, Washington Lessa (1995) demonstra como o projeto capitaneado por Amílcar de Castro, artista gráfico e diagramador, e Jânio de Freitas, diretor de redação, modernizou tanto a forma do jornal – sua aparência – quanto a rotina da redação. Paralelamente ao projeto gráfico, houve uma enorme atualização tecnológica – máquinas de escrever substituíram as canetas tinteiro, por exemplo – e organizacional, gerando uma integração maior entre o trabalho da oficina e os jornalistas. Segundo Bahia (1990), é nesse período que surge a figura do Editor no jornalismo brasileiro, descentralizando as funções do antigo secretário, "de modo a dar mais flexibilidade e dinamismo nas decisões de fechamento." Da mesma maneira que o *lead*²⁵ auxiliou a singularizar as notícias e torná-las mais objetivas e enxutas, houve um esforço da parte gráfica em se eliminar elementos e procedimentos desnecessários.

Com algumas exceções, os jornais da época eram fruto de uma tradição que tendia a opor de modo quase excludente a elaboração do texto e sua apresentação gráfica na página. (...) Os jornalistas não pensavam na notícia visualizada na impressão ou se limitavam a pensá-la nos formatos já consagrados por este quadro. Ao lado do jornalista tradicional existiam fotógrafos e ilustradores, mas não o paginador. (...) O trabalho de Amílcar (...) viabiliza a unidade da reforma ao estabelecer uma ponte de comunicação entre redação e oficina. (Lessa, 1995, p. 45).

²⁵ Segundo Aguiar (2009): "O modelo do lead e da pirâmide invertida não significa descrever os fatos mais importantes seguidos dos menos importantes, mas relatar um único fato tomado em uma singularidade decrescente (...). O lead funciona como princípio organizador da singularidade do evento, pois as formulações genéricas – tais como as narrativas existentes no jornalismo de opinião e as notícias no formato “nariz-de-cera” – são incapazes de reproduzir a experiência individual."

A ascensão da Infografia e do Design nos jornais impressos e o crescente uso da cor a partir dos anos 1980 e 1990²⁶ acentuaram gradativamente as transformações no trabalho entre os profissionais da Editoria de Arte (Moraes, 1998, 2010) (Sousa, 2005). No redesenho do jornal O Dia, em 1992, por exemplo, Moraes ressalta o esforço de reorganização no fluxo de produção para o desenvolvimento da Infografia:

Os consultores espanhóis pregavam a aproximação dos designers do centro de decisão da redação, interferindo na produção logo em sua fase inicial e deixando de figurar como uma espécie de prestadores de serviço, atuando na ponta final do processo de edição, como era o costume. (Moraes, 2010, p. 67).

Já no âmbito do jornalismo digital interativo, Raquel Cordeiro, pesquisadora e então designer do "Globo a Mais", em seu estudo sobre o design de notícias para *tablets* (2014), descreve atenção no mesmo sentido:

No caso do tablet, é interessante explorar diferentes formas de se apresentar uma notícia, pois, além de ser uma mídia nova, há a mescla da taticidade do impresso com o conteúdo multimídia da web. Assim, é ainda mais necessário que haja uma atuação prévia na produção da notícia por um profissional de imagem, pois ele pode definir possíveis caminhos alternativos para apresentar graficamente a informação e, assim, propor aos jornalistas outras direções. (Cordeiro, 2014, p. 54).

Ao longo das transformações das Redações houve, portanto, uma participação maior do Design no processo de produção da forma de apresentação das notícias. No entanto, o trabalho da Ilustração, principalmente o ligado à tradição do Desenho de Humor e às Artes Gráficas, não acompanhou esse deslocamento do Design para ficar mais próximo do centro de decisão da redação, no processo da rotina jornalística. Ao contrário, a própria natureza de trabalho mais vinculado à opinião, de carácter individual e autoral, além da estrutura organizacional surgida no período pós-informatização, levou, gradualmente, os ilustradores a atuarem de maneira mais remota e sob demanda, como um colaborador *freelancer* ou, quando contratado, sem horário rígido de presença na redação. Conforme observado por Hermes (2007, p. 3):

Na Folha de São Paulo, pode-se distinguir uma diferenciação organizacional entre ilustradores, artistas plásticos e infografistas. Os que têm um maior vínculo com as rotinas jornalísticas são os infografistas. Os ilustradores profissionais ficam numa posição intermediária, enquanto os artistas plásticos se situam na outra ponta,

²⁶ Autores destacam, entre outros fatores, a influência da popularidade do jornal USA Today na massificação do uso da cor e de gráficos, além da fundação da Society for News Design, em 1979. Moraes ressalta ainda o lançamento da categoria "Criação Gráfica" no Prêmio Esso de 1996, como valorização e reconhecimento da contribuição do Design ao campo jornalístico.

correspondente à especificidade artística. Na Folha, os únicos que atuam junto à redação são os infografistas. (Hermes, 2007).

No modelo de redação atual, Mário Kanno, ex-editor adjunto de arte da Folha de São Paulo, defende que todos – designers, jornalistas, fotógrafos e infografistas – "são jornalistas" e que "a sinergia resultante da soma de esforços ajuda a sair dos lugares comuns e encontrar soluções adequadas e originais." Kanno compara o processo do jornalismo tradicional a uma "linha de montagem", que prioriza o texto, enquanto o jornalismo visual prioriza o "trabalho em equipe" entre texto, infografia e fotografia.



Figura 18 – Infográfico de Mário Kanno demonstrando os dois processos (Kanno, 2013).

E os ilustradores, se consideram jornalistas?

3.2. Entrevistas com ilustradores

Foram entrevistados cinco ilustradores com larga experiência de trabalho em redação, todos com passagens ou ainda atuantes em O Globo.

Alessandro Alvim, Editor Assistente de Arte e Infografista Especial de O Globo. Iniciou a carreira em 1991 e teve trabalhos premiados na Society for News Design (EUA), na Sociedade Interamericana de Imprensa, no Prêmio Esso de "Criação Gráfica" e no Prêmio Malofiej (Espanha) onde foi, em 2012, um dos 25 finalistas indicados ao prêmio de infografista mais influente do últimos 20 anos. Em 2016, recebeu o prêmio Petrobrás de jornalismo cultural.

André Mello, formado em Design Gráfico, é ilustrador do jornal O Globo desde 1997. Atualmente, é o único ilustrador contratado fixo na rotina da redação.

Paulo Cavalcante, ilustrador, caricaturista e artista gráfico, iniciou a carreira em 1984 no Pasquim e trabalhou n'O Globo até 2015. Recebeu prêmios em ilustração pela SND e foi o homenageado da 1ª Bienal Internacional de Caricatura do Rio de Janeiro em 2014. Atualmente é freelancer e se dedica às artes plásticas.

Lula Palomanes, ilustrador, caricaturista e artista gráfico, iniciou a carreira no Pasquim e trabalhou nas redações do Jornal do Brasil e do Globo. Desde 2000 é caricaturista do jornal O Valor Econômico.

Cruz, ilustrador, quadrinista e artista gráfico, iniciou a carreira no Correio do Povo (RS) e no Co-jornal (RS), passou pelo Jornal do Brasil e O Globo, onde trabalhou até 2014. Recebeu prêmios de ilustração pela Society for News.

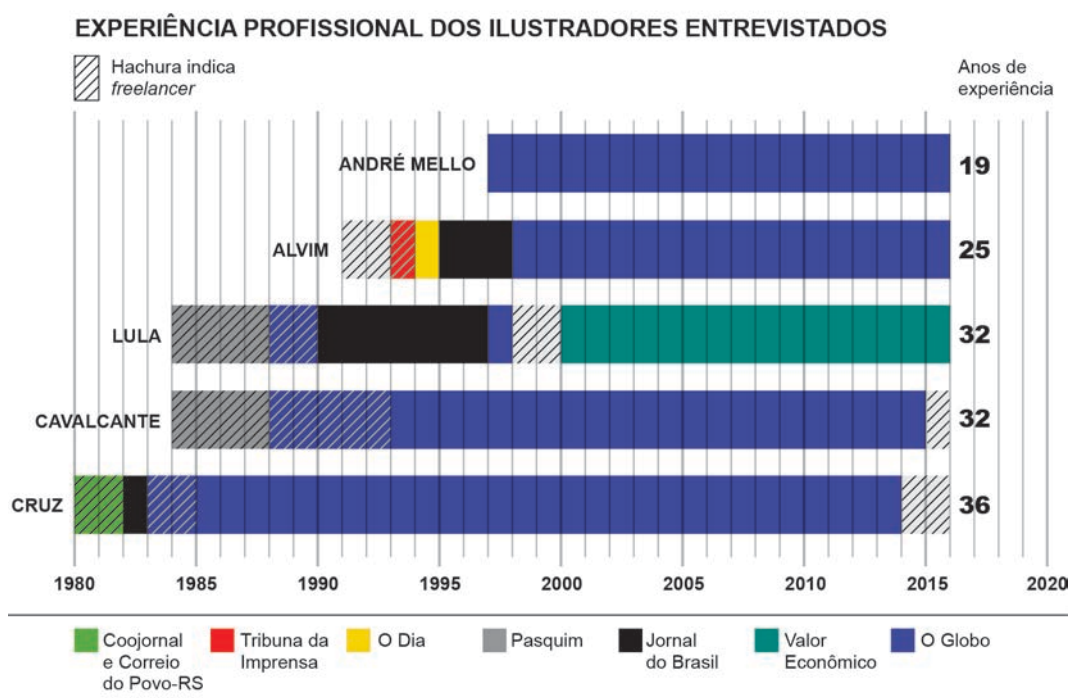


Figura 19 – Experiência profissional dos entrevistados. Gráfico nosso.

Os Ilustradores se sentem jornalistas?

Os ilustradores se dividem quando perguntados sobre o assunto: Mello, e Alvim se veem como jornalista. Cruz e Palomanes responderam "mais ou menos". Cavalcante nunca se viu como jornalista.

O impasse se dá principalmente em dois aspectos: pode-se associar Jornalismo com a rotina de trabalho na redação, mas não com o ofício de repórter, de construção ativa da notícia. Os ilustradores nem sempre participam das reuniões de pauta, e, antes de serem acionados, mantêm um ritmo próprio dentro da rotina. Cruz exemplifica: ele se sente jornalista "só no momento em que estou ali desenhando no jornal. A gente é um jornalista, mas não como um jornalista." Para Lula, "O repórter é a essência do jornalismo." (...) "O jornalismo começou com as narrativas concretas de acontecimentos." Nesse sentido, para ele, o ilustrador é um "comentarista da notícia". Cavalcante nunca se sentiu um jornalista: "Jamais. Sempre foi claro pra mim. Sempre me senti um desenhista, um artista gráfico".

Alvim, que atua como infografista, se considera jornalista:

Tenho obrigação de informar bem. Como se faz um bom gráfico interativo? Primeiro, você tem que editar bem. O que a gente mais vê é gente querendo jogar informação na cabeça do leitor pela internet, porque acham que a internet é infinita. Segundo, tem que pensar a interação e usabilidade. Como você vai ser eficiente para mostrar aquela informação? Terceiro: fazer um Design apropriado. Ou seja, coloquei em último a minha função, o Design. Primeiro, tenho que pensar no meu leitor. Ele que importa mais. (Alvim, 2016).

Os Infografistas participam de duas das três reuniões de pauta do jornal, propõem conteúdos e participam da apuração. No caso específico de O Globo, jornalistas especializados no trabalho de visualização de dados, estatísticas e redes sociais passaram a integrar a Editoria de Arte. Alvim acrescenta ainda que considera que o Infografista moderno, se ainda não é, precisa querer ser jornalista:

No trabalho moderno de infografia, temos que pensar o conteúdo e não só reproduzir uma tarefa. O grande problema do jornal é que fomos acostumados a reproduzir tarefas. Isso vale para a Infografia e para o Ilustrador. (Alvim, 2016).

Como os ilustradores se relacionam com os conceitos de noticiabilidade e valor/notícia?

Segundo a Teoria Interacionista, "as notícias são o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)." (Traquina, 2005). Os jornalistas desenvolvem seu senso de noticiabilidade – saber o que é e não é notícia – em grande parte pelo exercício rotineiro de sua função na redação e socialização de sua cultura profissional. Dessa forma, a interação entre a cultura profissional dos jornalistas – que detém o conhecimento sobre os procedimentos

de produção da notícia e possui valores mais associados à ideia de serviço público²⁷ – e a organização do trabalho – a rotinização da cobertura noticiosa por parte da empresa jornalística, que precisa pensar na dimensão econômica do negócio²⁸ – é fundamental na reflexão sobre a noticiabilidade.

A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos - do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas - para adquirirem a existência pública de notícias. (Wolf, 1987).

No processo de noticiabilidade, os jornalistas precisam hierarquizar e singularizar rapidamente as informações, selecionando quais histórias têm mais importância dentro do contexto histórico-factual de ocorrências para se tornarem parte de uma edição. Além disso, ao longo da produção, o jornalista também precisa saber que partes da notícia merecem destaque na sua redação.

Segundo Wolf, esses valores-notícia são como "componentes da noticiabilidade", e ajudam os profissionais a definirem quais acontecimentos são "interessantes, significativos e relevantes" para se tornarem notícias, funcionando como "linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido" na apresentação ao público, como "regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais", que "explicam e guiam os procedimentos operativos e redatoriais." (Wolf, 1987).

O ilustrador absorve parte dessa cultura e desenvolve noções acerca dos valores-notícia? Há um pensamento *jornalístico* junto ao trabalho *artístico*?

Embora considerem que compreendem o que é mais relevante dentro da notícia, todos os ilustradores mencionaram que, na Arte, essa é uma preocupação maior para os infográfistas. Cavalcante observa que, como caricaturista, muitas vezes deu destaque a um detalhe irrelevante à notícia. Ao invés de destacar aquilo que o consenso jornalístico tomaria como mais relevante, o artista evidenciou algo que poucos reparavam, gerando outro tipo de interesse.

Fiz uma caricatura do Aécio [Neves, senador] e coloquei um *relógio*. Um jornalista comentou, brincando: "Mas você colocou maior *cebolão* no Aécio!" Falei: "Mas você reparou que ele usa esse relógio assim, cromado?" Ele não sabia: "Ah, é?" Foi um detalhe que coloquei que as pessoas nem reparam, até porque não faz a menor diferença. E quando falei que o cara usava mesmo, ele achou

²⁷ Segundo Soloski, a cultura profissional dos jornalistas vê como razão principal da profissão o "serviço à sociedade" e não "a recompensa financeira".

²⁸ A rotinização da produção pela empresa faz parte de "um esforço para tirar o máximo de lucro do seu investimento econômico" (Soloski, 1989 In: Traquina, 1993).

interessante. Então às vezes você bota um detalhe que ninguém nunca repara. Nunca vai acontecer isso com um caricaturista de vir um diretor comentar que você colocou o relógio do caricaturado na marca certa. (Cavalcante, 2016).

Para André Mello, no ato de ilustrar "você acaba entendendo o que é mais importante. Acho que a gente aprende o que é notícia e o que é menos relevante."

Ressaltando que não participa das reuniões de pautas, André pondera:

Você precisa de um texto para ilustrar. O texto funciona sem a ilustração. Mas a ilustração não funciona sem o texto. Porque a ilustração não é só um desenho. Ela representa uma ligação com o texto. (Mello, 2016).

Mesmo sem atuar no processo de seleção de notícias, os entrevistados afirmaram acompanhar de perto o noticiário. A Editoria de Arte interage com todas as demais Editorias do jornal. Por isso, para André Mello, o Ilustrador "tem que estar sempre informado," cultivando uma gama de referências visuais:

Quando faço algo para a Economia, por exemplo, que é difícil de ilustrar, dificilmente vou fazer algo ao pé da letra, porque os termos são complicados. (...) Acho importante você buscar um repertório de conhecimento para poder usar nas ilustrações. (Mello, 2016).

Para Alessandro, os infografistas sabem o que é notícia. Porém, "têm um olhar diferente" do jornalista de texto, explorando o potencial visual das histórias:

Não tenho pretensão de ganhar prêmios de jornalismo. Tem muita gente que escreve melhor do que eu. Só que meu olhar em relação a uma notícia que cabe ser contada visualmente é diferente. Tenho que estar apto e preparado para observar e desenvolver isso. (Alvim, 2016).

Alvim recebeu o prêmio Petrobrás de jornalismo, categoria Cultura (2016), por um trabalho sobre o Palácio Monroe (Fig. 20), em pauta iniciada e proposta pelos profissionais da Editoria de Arte.

Alvim acredita que mesmo os infografistas que tentam trabalhar apenas como designers e manter uma postura indiferente ao lado jornalístico da profissão, absorvem uma noção prática do que é notícia: "Ele sabe que no dia em que sair o PIB ele vai trabalhar muito. A gente faz notícia. Só que é visual".

Ainda segundo Alvim, para trabalhar na Editoria de Arte hoje, seja Infografista ou Ilustrador, um profissional "tem que ser ligado em notícia. Não precisa ser jornalista, mas o fato de conhecer o noticiário é muito importante."

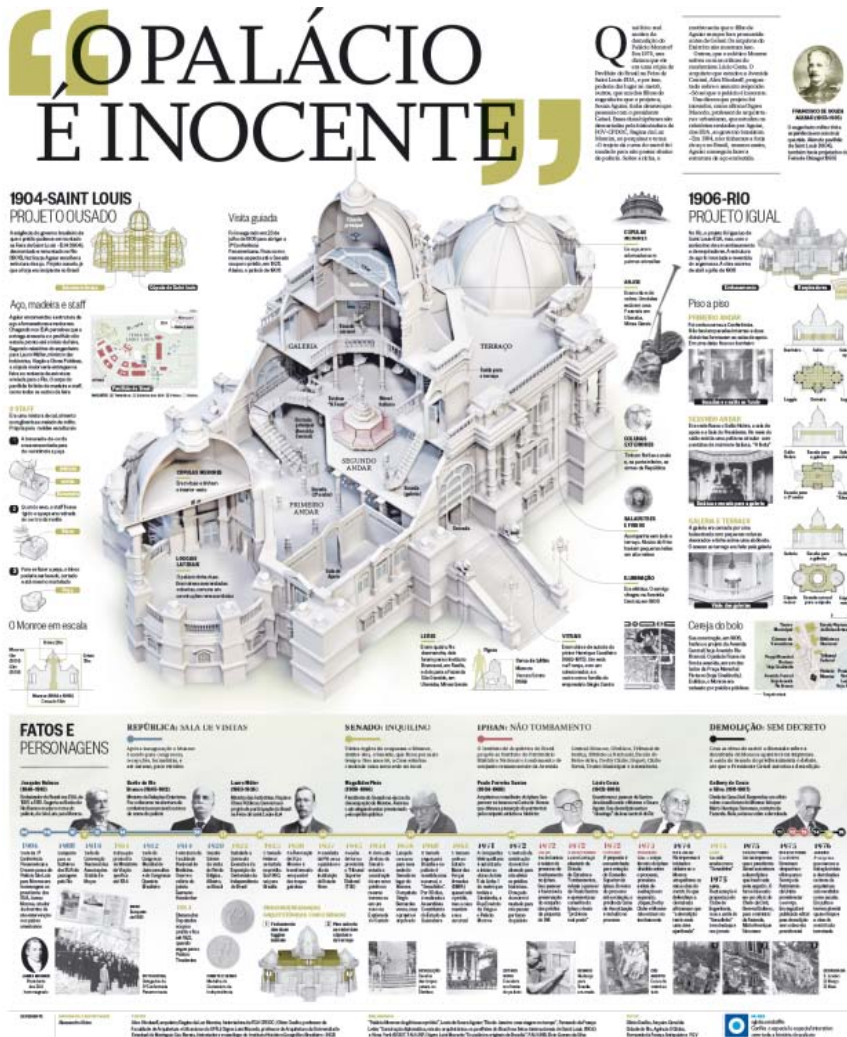


Figura 20 - Reprodução do site do infografista Alvim. (Alvim, 2016).

O fator tempo: tirano... e aliado

Todos os ilustradores entrevistados mencionaram a necessidade de se desenvolver métodos, hábitos e técnicas para se vencer os prazos de fechamento.

Você tem que fazer como aqueles caubóis de filme antigo que passavam graxa no coldre e na cartucheira para não ressecar o couro. No jornal, você tem que ficar assim: passando graxa para, na hora que precisar, sacar rápido. E cada um tem o seu jeito. Eu tenho um arquivo gigante de elementos e situações. Eu estava de boabeira? Estava desenhando! O meu prazer era desenhar. Fazia desenhos e pensava situações antecipadamente. Aí, fui montando meu arquivo. (Cavalcante, 2016).

Lula Palomanes adota processo parecido:

Vamos supor que vou fazer uma ilustração e preciso lançar mão de um corpo de uma figura, bem detalhado. Se já tenho algo pronto, que fiquei ali 3 horas fazendo, eu uso. Porque não vou ter tempo de fazer o desenho todo naquela calma. E é o teu desenho. (...) Mas não pode ficar repetindo. Tem cara que fez vinte desenhos e fica usando aquilo a vida toda. Tem que continuar produzindo quando você está com tempo. Vai alimentando material para aquilo. Aí você tem cabeças, corações... um monte de inéditos que nunca publicou e que fez para isso, porque sabia que iria ilustrar. Você cria uma espécie de material de apoio. Com isso, você compõe algo

teu, bem estruturado, com o qual você presenteia o leitor. Porque no tempo que tem para ilustrar [*depois que a redação passa o pedido*], não dá. (Palomanes, 2016).

Segundo os entrevistados, o tempo médio disponível para a produção das ilustrações de colunas é de cerca de duas a três horas. Há casos em que o texto chega para o ilustrador faltando minutos para o fechamento. Por vezes, é preciso desenhar sem ler o texto por completo.

Quando o prazo é muito, muito curto, primeiro vejo se dá para puxar algo pelo título. Se não der, leio o primeiro e o último parágrafo. Ou faço uma leitura dinâmica para pegar palavras-chave e entender o conteúdo de maneira geral. (Mello, 2016).

Ilustrando a página de Opinião e os Editoriais durante anos, Cavalcante elaborava algumas caricaturas antecipadamente, conforme o noticiário:

Eu já ia fazendo algumas Dilmãs. Dilma pra lá, Dilma pra cá. Porque o colunista tá falando nela toda hora. Aí, entra um cara novo. Entrou Aécio, Serra, eu já começava a fazer. Fazia eles de várias formas. Via uma foto ou no jornal ou na revista que me estimulava – fazia. (Cavalcante, 2016).

Outra forma de vencer o relógio do fechamento é desenvolver uma técnica ou estilo de desenho que possa ser executado rapidamente, pela prática:

Eu via uma foto e aquilo ficava na minha cabeça. Depois, pegava um *xamequinho*, uma caneta e fazia de uma vez só. Ali já resolvia 80% da caricatura. Depois, escaneava e ia lapidando. (...) Isso é uma técnica que adquiri pela questão do tempo. Antigamente pegava várias fotos e ficava estudando. (Cavalcante, 2016).

Para André Mello (Fig. 21), o prazo curto afeta a tanto a opção de estilo como pode impor uma técnica para o ilustrador usar.

Quanto mais tempo, mais possibilidades de técnicas se pode usar. Com pouco tempo, tem que definir rápido tanto o conceito como a técnica. Não tem como fazer uma aguada, uma aquarela, um lápis de cor. O tempo determina a técnica. (...) Para trabalhos que preciso resolver rápido – por exemplo, a página de opinião, que chega em cima da hora – já criei uma forma de desenhar. Ali, tenho liberdade, (...) faço um traço bem soltão. Se tiver que desenhar um personagem, não me preocupo com anatomia, com perspectiva – tirei tudo isso do desenho. (Mello, 2016).

Cruz preferia a velocidade de desenhar na hora e acredita que essa opção possa o ter atrapalhado eventualmente:

No passado, eu era um cara muito rápido para desenhar. (...) Embora tenha usado muitas vezes formas que já tinha desenvolvido antecipadamente, em geral, preferia desenhar na hora mesmo. E isso no final acabou sendo ruim para mim. Premido pela pressa, sem tempo para elaborar, nem sempre fica legal. Acabei muitas vezes estourando o tempo querendo dar um tratamento melhor. (Cruz, 2016).

A relação dos infografistas com o tempo é muito mais próxima da rotina jornalística. Segundo Alvim, "o infografista acompanha o fluxo de fechamento da

edição." Como *Infografista Especial*, Alvim administra o prazo em função do trabalho gráfico e da apuração, pensando no agendamento de eventos e gerenciamento de fontes. Para exemplificar, descreve sua rotina:

Como hoje em dia trabalho com projetos especiais muito grandes, (...) sempre toco mais de uma coisa ao mesmo tempo. Nesse momento, por exemplo, faltam dois vídeos para o projeto de esportes olímpicos (...). Em paralelo a isso, estou correndo atrás de fontes para amarrar situações de *breaking news* nas Olimpíadas. Durante os Jogos, pessoas como treinadores estarão inacessíveis. (...) E antes disso, quase simultaneamente, estava fazendo os trabalhos de prévia, pautas especiais para os Jogos. (...) Faço 3 coisas ao mesmo tempo e dou o devido tempo a cada uma. Hoje, por exemplo, fiquei 5h fazendo os vídeos e umas 2h falando com fontes. (Alvim, 2016).

Embora o tempo seja sempre retratado com um opressor do trabalho jornalístico, administrá-lo na rotina do jornal pode proporcionar um aprendizado positivo ao ilustrador. Um excesso de prazo, tanto por parte dos ilustradores como por parte dos editores, pode levar a retoques e alterações desnecessários nos desenhos. Para Cruz: "a pressa te força a pensar nos elementos, no que é *importante*," visão corroborada por Lula: "você vai no objetivo, no coração da coisa." Cruz acrescenta que "as limitações acabam estimulando certas potencialidades da gente." Para Alvim, o jornal é uma *escola* nesse aspecto: "Você aprende a ter uma solução ideal para o tempo que tem para executar. (...) Quando ilustra para jornal, você adquire uma eficiência."

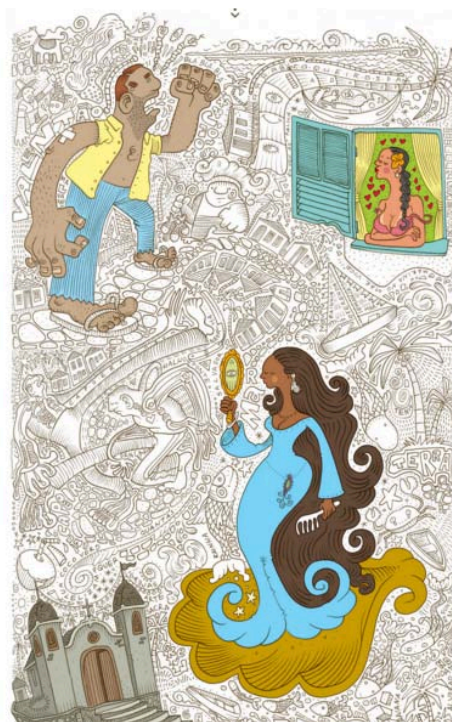


Figura 21 – Ilustrações de André Mello. Reprodução da internet.

Objetividade, legitimidade e responsabilização

Segundo Gaye Tuchman, os jornalistas legitimam seu trabalho através da sistematização dos procedimentos de produção das notícias, buscando adotar critérios objetivos: o compromisso com um padrão ético e metodológico para se chegar o mais próximo da verdade possível, trabalhando com fontes de credibilidade na apuração das informações e comunicando de forma imparcial, sem emitir suas próprias opiniões nas notícias. Para a autora, este "ritual estratégico" visa também proteger o jornalista dos perigos de sua profissão.

Os jornalistas necessitam de uma noção operativa de objetividade para minimizar os riscos impostos pelos prazos de entrega de material, pelos processos difamatórios e pelas reprimendas dos superiores. (Tuchman, 1973).

Os infografistas lidam rotineiramente com conteúdos de *hard news* e compreendem a necessidade do compromisso ético-profissional com os princípios editoriais como a apuração da informação através de fontes de credibilidade. Alvim alerta para a diferença entre Infografia e Ilustração:

A fotografia e a ilustração são elementos não-verbais. Só tem a imagem, que não é verbal. A Infografia mistura a imagem e o texto, é verbal e não-verbal ao mesmo tempo, ela compõe as duas coisas. (Alvim, 2016).

O texto do infográfico não tem função poética ou opinativa como nos cartuns, quadrinhos e charges e é um texto comprometido com a informação jornalística. Segundo Ary Moraes (1998), o Infográfico deve ser *objetivo*:

A infografia, por sua vez, age no sentido de informar sem deixar espaço para dúvida ou diferenças de interpretação. Isto porque trabalha a partir da articulação de duas linguagens distintas: ilustração e palavra. Assim, podemos afirmar que um infográfico deve ser objetivo, o que é dado fundamental que distingue infografia de ilustração. A complexidade e possibilidade de outras interpretações são características essenciais à ilustração jornalística associada aos gêneros opinativo ou interpretativo, manifesto nas charges, ilustrações editoriais, caricaturas, cartuns, ilustrações, montagens e quadrinhos. (Moraes, 1998).

Enquanto, na Infografia, o desenho está associado à ideia de *projeto*, na Ilustração está mais associado ao *desenho artístico*, ao *saber desenhar*, onde se pode imprimir características de *expressão pessoal* à concepção da imagem, sua *visão ou estilo*, ainda que partindo de um vínculo inicial a um texto.

O Infografista fica mais ligado aos fatos, não pode ter erro. Tem a tensão que o Editor e o Jornalista também têm. Se ele erra um número, um zero ali, pode mudar todo o sentido. (Cavalcante, 2016).

A apuração é feita pelos repórteres e pela Infografia. Hoje tem jornalistas trabalhando na Infografia, juntos na Arte. Acho que essa preocupação é maior para o infografista. E eu não sou infografista. (Mello, 2016).

Segundo Tuchman, o descuido com esses procedimentos acarretam em vários pontos negativos para a rotina, desde o retrabalho, que coloca em risco o prazo de fechamento, até a própria perda de credibilidade junto aos leitores, o que eventualmente afeta economicamente a organização:

Cada notícia acarreta perigos para o corpo redactorial e para a organização jornalística. Cada notícia afeta potencialmente a capacidade dos jornalistas no cumprimento das suas tarefas diárias, afeta sua reputação perante seus superiores e tem influência nos lucros da organização. (Tuchman, 1972).

Como não participam das reuniões de pauta, quando acionados para ilustrar um conteúdo noticioso que acompanhará uma reportagem ou um infográfico ilustrado da pauta do dia, os ilustradores recebem orientações e informações apuradas pelos jornalistas e infografistas e, segundo André Mello, têm noção da responsabilidade jornalística. Ele adota procedimentos para garantir que seu desenho esteja de acordo com a matéria antes de enviá-los para publicação:

Se é algo específico para a reportagem, sigo exatamente aquilo ali. É imprescindível que o repórter me passe todas as informações. (...) Não posso viajar. Mesmo que eu pesquise depois uma referência visual por conta própria, preciso bater isso com quem apurou. (...) Consigo trabalhar ilustrando dentro de um infográfico, mas sendo orientado. Em um trabalho desses de ilustração para reportagem, não posso criar, senão vira uma fantasia, deixa de ser um fato. Bato com eles depois, antes de mandar o desenho. (Mello, 2016).

A maior consciência jornalística explica também o desaparecimento dos *cineminhas*, os pedidos de ilustrações ou *storyboards* de crimes. Cavalcante disse que sempre evitou esse tipo de trabalho, e lembrou a rotina dos anos 80 e 90:

Você é um ilustrador, tua cabeça viaja. Não quer fazer um troço de crime, que tem que ser *preciso*. Lembro de uma vez, quando o Lula foi para o JB e ficou nessa roda viva de plantão. Em um fim de semana, ele teve que fazer um *cineminha*. Era um sequestro: levaram o cara para um apartamento e o sujeito foi esbofeteado. Porra, o Lula botou maior *mãozão*: 'tabefe!' O desenho tava ótimo, mas irreal. E passou! (Cavalcante, 2016).

Em seu manual, Mário Kanno sugere: "Diga não ao *storyboard*":

À primeira vista, o *story-board* abaixo parece estar correto, mas o assassino ilustrado no primeiro quadro, que parece mulato, era de fato um jovem asiático. Vários leitores reclamaram e com razão. As informações visuais também precisam ser apuradas e checadas. (Kanno, 2013).



Figura 22 – Reprodução de infográfico destacado no manual de Mário Kanno (2013)

Acho que inventaram isso para vender jornal. Porque o leitor ia querer ver como aconteceu. Como aqueles desenhos de tribunal, onde não se pode fotografar. Aí, até hoje, chamam alguém para desenhar. (...) Mas o tiro às vezes sai pela culatra. Depois vêm a família e reclama: não foi nada disso. Até questões de racismo. Três caras assaltaram um banco. Aí o ilustrador que faz a reconstituição desenha três negros. Na verdade, você nem sabe se é homem, mulher, branco, louro... (Cavalcante, 2016).

As páginas de opinião e editoriais, de argumentação opinativa sobre temas políticos e os cadernos especiais de cultura e literatura são espaços onde muitos jornais publicam as ilustrações mais pessoais, conceituais e herméticas – trabalhos por vezes ligados às pesquisas pessoais dos ilustradores²⁹. Por serem espaços fechados, contidos em boxes, claramente opinativos, o ilustrador tem mais liberdade criativa e os questionamentos acerca da responsabilização e isenção com relação aos fatos e às notícias praticamente desaparecem, restando cuidados relativos à esfera organizacional e às idiossincrasias dos editores.

3.3. Cultura organizacional em empresas jornalísticas

Procurando entender a dinâmica dentro da organização jornalística, com um enfoque maior na *cultura organizacional* que na *cultura profissional*, e considerando a dimensão econômica do jornalismo e sua importância para as organizações, Warren Breed propôs a Teoria Organizacional. Para o autor, os constrangimentos organizacionais – a linha editorial de uma publicação, o reparo de superiores e a consequente disputa de espaço na distribuição interna de tarefas, por exemplo – levam, a longo prazo, os jornalistas a uma tendência de conformidade com a cultura da empresa, isto é, o aprendizado de regras não escritas, através da sua socialização no convívio na rotina da redação.

²⁹ Esse tipo de ilustração, conceitual e hermética, foi discutido no capítulo anterior, no item 2.4.

Breed (In: Traquina, 2005) destaca alguns pontos como promotores do conformismo, dentre eles a "autoridade institucional", o fato da chefia definir a distribuição de tarefas; o *coleguismo*, manifestado pelos "laços de amizade" – a estima com os colegas mais experientes e a formação de "grupos de lealdade" no local de trabalho; a preocupação com "avanços na carreira"; o "prazer da atividade" devido ao trabalho interessante e variado e, por fim, a notícia como "valor máximo": em última instância, seria mais importante, segundo Traquina (2005), "obter mais notícias e não contestar a política editorial da empresa".

No entanto, na Teoria Organizacional reconhece-se que o jornalista mantém sua autonomia, mesmo que uma autonomia negociada diariamente com a visão da empresa. Nesse sentido, existem fatores que permitem ao jornalista fugir ao controle da empresa, dentre eles o próprio fato de que a política editorial é uma norma não escrita, ou seja, "não estruturada" de maneira clara.

As notícias são o resultado de processos de interação social que têm lugar dentro da empresa jornalística. O jornalista sabe que seu trabalho vai passar por uma cadeia organizacional em que seus superiores hierárquicos e os seus assistentes têm certos poderes e meios de controle. O jornalista tem que se antecipar às expectativas dos seus superiores para evitar os retoques dos seus textos (trabalho suplementar para a organização) e as reprimendas – dois meios que fazem parte do sistema de controle. (Traquina, 2005).

Como essa *cultura organizacional* impacta o trabalho dos ilustradores? Existem normas que delimitam o trabalho da ilustração? Um *'Manual de Ilustração e Estilo'*? Como os ilustradores aprendem o que será publicado e o que será recusado? O que se pode e não se pode desenhar?

Normas, bom senso e controle editorial

Entre os entrevistados, todos relataram não haver normas por escrito e mencionaram os "toques" de superiores ou colegas como fator importante desse aprendizado, assim como o diálogo e convívio na redação.

Começando na profissão, tem que conversar. Tem um rapaz começando agora lá que já venho dando uns toques nele. Se está ficando muito ao pé da letra ou se tem coisas que pegam mal e você pode evitar. Nunca tive censura. O que acontece pode ser uma orientação, toques. O que mais tomei toques foi com relação ao politicamente correto. Você está desenhando um grupo de pessoas, por exemplo. Não vai colocar todo mundo branco no desenho! (...) Às vezes, você sai desenhando e nem se toca. Aí alguém vem e te avisa. É importante, porque colabora com teu desenho. (Mello, 2016).

A solidariedade na Redação e na Editoria de Arte também foi ressaltada por outros entrevistados. Lula recorda que "quando você entrava na redação, o pessoal te ajudava. Os colegas. (...) Na Redação do Globo e do Jornal do Brasil, posso falar, o pessoal era bem cordial." Cruz descreveu o ambiente "de muita camaradagem, de muita troca." Para Palomanes:

Havia proteção nessas questões editoriais. Ninguém deixava um cara se ferrar sozinho. "Ó, tem certeza que você quer fazer isso!?" Ou o Editor falava, ou alguém dava um toque. (Palomanes, 2016).

Na visão de Alvim, o ilustrador "aprende com o tempo, com a maturidade. Ele também sabe o veículo em que ele trabalha. (...) No caso do desenho, vale o bom senso. E vale o bom senso de quem está fechando com você".

O *bom senso* foi mencionado por todos os entrevistados. Essa ideia remete a um direcionamento que evita extremismos e polêmicas desnecessárias. Considerando o jornalismo e as notícias como uma construção social que opera com a ideia de *consenso*, ou seja, noticiando aquilo que foge à ordem, que rompe com os parâmetros de normalidade na expectativa de uma comunidade, o jornal de massa, enquanto produto dessa construção preza pelo *bom senso* do seu leitor.

Para Stuart Hall, embora os jornais adotem um "idioma público", "a sua versão da retórica, imagens e *stock* comum de conhecimento subjacente que supõe que seu público partilha" para buscar a "reciprocidade produtor-leitor", existe um "consenso de valores" compartilhados por todos os espectros de público-leitor:

Não é o vasto âmbito pluralista de vozes que os *media* às vezes tem que representar, mas um âmbito dentro de certos limites ideológicos distintos. Enquanto cada jornal considerar como dirigindo-se a uma seção diferente do público-leitor desse jornal (ou diferentes tipos de jornais estarão em competição por diferentes setores do público) o "consenso de valores", que está tão profundamente enraizado em todas as formas de linguagem pública, é mais limitado que a variedade de formas de "linguagem de uso" pública poderiam sugerir. Os seus problemas, embora distintos, pressupõem-se como fazendo parte do muito largo espectro de "homens sensatos" e os leitores são tratados em geral nesses termos. (Hall, 1978. In: Traquina, 1993).

Por outro lado, o ilustrador, enquanto artista gráfico, tem o ímpeto natural para buscar a originalidade, o estilo próprio no traço, temática ou interpretação que cause um impacto no leitor. Ou seja, do artista também se espera a loucura, a subversão, a palhaçada, a polêmica, a irreverência e o desejo de chamar atenção.

Cruz, por sua vez, acredita que "cada meio tem seus objetivos. Tem uma série de pontos que o veículo não quer que sejam atacados ou discutidos, varia da linha

do jornal." Ele observa que a linha editorial muda ao longo do tempo, muitas vezes em consonância com as próprias mudanças da sociedade – o consenso dos leitores.

Uma vez, fiz uma capa para o *Rio Show*. Era sobre uma peça que se chamava 'Monólogos da Vagina'. Aí, o Editor do caderno cismou com aquilo. Mas não tinha nada no desenho, só o nome, ali. Eu disse: "Mas cara, é o nome da peça!" Então, ele pediu que eu falasse com o *aquário*³⁰. O Rodolfo [Fernandes], Diretor de Redação, olhou o desenho e não viu nada: "Qual é o problema?" Então, tudo bem, estava tranquilo! Acho que isso é um problema da transformação da própria sociedade. Naquele momento isso já era permitido. (...) Nesse caso, depende da linha do jornal numa determinada época e da própria sociedade. (Cruz, 2016).

Interação dos ilustradores com editores e jornalistas

A negociação com os editores e jornalistas foi um aspecto que apareceu recorrentemente como um fator subjetivo de constrangimento para os ilustradores. Muitas vezes, determinados pedidos ou sugestões não têm uma sustentação ou sistematização jornalística ou empresarial explícita, refletindo valores pessoais dos profissionais envolvidos no fechamento do trabalho.

De antemão você já sabe, pelo veículo, qual o perfil do leitor e o que pode publicar. O jornal é, vamos dizer assim, *família*. O problema é quando o Editor rejeita pelo estilo do trabalho, que ele não compreende. "Pô, mas aqui a gente está falando que a mulher foi para Nova Iorque tentar a carreira. Cadê Nova Iorque aqui no desenho? Cadê ela pegando o avião?" E fica enchendo o saco por não compreender como você se expressou. Nem compreende a beleza do trabalho. (Cavalcante, 2016).

Nas respostas dos ilustradores, fica claro que a compreensão de que um desenho deve *explicar* o texto é uma expectativa maior por parte dos Editores e Jornalistas que dos Ilustradores, que por vezes querem buscar uma visão pessoal ou inusitada do tema, tecendo um comentário visual paralelo ao do artigo ou até mesmo abrindo novas possibilidades interpretativas para o leitor.

Gostam de falar isso para elogiar o ilustrador: "Cara, não precisa nem ler o texto! Seu desenho já tá falando tudo!" Para mim, era um elogio errado. (...) O jornalista fazia esse elogio querendo dizer que explicar o texto era o bom. O contrário era ruim. Você podia colocar ali o Picasso para ilustrar, mas se *nego* não entendeu nada, é ruim! E se um cara ruim para caramba, bota tim-tim por tim-tim do texto no desenho, aí vão achar bom pra caramba. (Cavalcante, 2016).

Tem Editor que te dá total liberdade e tem aquele que já vem com uma ideia pronta. Aí você conversa, negocia. (...) Já tive situações em que o editor queria mastigar demais a ilustração, porque achava que o leitor não ia entender. Mas achar que o leitor não vai entender, não faz sentido. Primeiro, porque o cara já é um leitor de jornal – entende o que está lendo. Então, vamos subestimar o leitor!?! (Mello, 2016).

³⁰ Sala envidraçada, com vista para redação, onde se reúne a direção do jornal.

Cavalcante relata que a cobrança exagerada para com uma fidelidade ao texto do jornalista era, para ele, um aspecto que poderia gerar atrito.

O cara pede a caricatura, sei lá, do autor tal, que escreve sobre bicicletas e no texto da matéria tem algo com ladeiras. Aí vem: 'Pode fazer ele numa bicicleta? Numa ladeira?' Eu dizia: 'Não. Vou desenhar o cara'. Porra, é a mesma coisa que você pegar um fotógrafo, levar até o personagem, convencer o cara a subir numa bicicleta, subir uma ladeira e fazer uma foto só porque o jornalista está escrevendo sobre isso. Mas às vezes o jornalista não compreendia. 'Mas é justamente por isso que estou pedindo uma ilustração: porque no desenho dá para fazer!' Mas comigo não dava. Aí entrava em conflito. (Cavalcante, 2016).

Se o Ilustrador é um "comentarista", como colocado por Palomanes, não necessariamente precisaria estar submetido ao mesmo rigor factual do repórter ou do relato no texto, estando seu trabalho ligado à opinião.

O Ilustrador, mais artístico, digamos assim, tem a obrigação de criar seu próprio universo, sua visão de mundo e de desenho. Se um mesmo colunista for ilustrado por três ilustradores diferentes, cada um vai dar sua visão. O ilustrador não é escravo da notícia. Você é um comentarista da notícia. (Palomanes, 2016).



Figura 23 – Caricaturas de Cavalcante.

Hermes (2005) observou em sua pesquisa o que chama de "especificidade artística." A Folha de São Paulo, por exemplo, tem costume de convidar artistas plásticos para ilustrar conteúdos e cadernos. Nesse sentido, o trabalho do ilustrador também pode envolver uma criação de mundos, próprio ao trabalho do artista, onde a lógica interna do trabalho – sua concepção e expressão artística – pode ganhar uma importância maior que o referencial da notícia. Para Cavalcante, por vezes há uma incompreensão desses valores internos do desenho:

Todos aqueles valores que você está construindo ali no desenho [da Caricatura] para representar a figura, aquilo tem uma importância. E tem cara que não consegue enxergar isso. Só enxerga uma graça, porque quer fazer uma graça com o que ele está escrevendo. 'Faz o cara fazendo tal coisa.' Aí você tem que sacrificar a caricatura? Quase como se fosse uma charge? Por isso tem essa confusão. O chargista faz isso. (...)

Mas o chargista escreve o próprio texto. Agora, para fazer uma caricatura de página, é injusto você sacrificar. (Cavalcante, 2016).

Embora defenda que o artista busque sua visão de mundo – "você ilustra com o teu universo. Na ilustração isso cabe" –, Palomanes também acredita que a ilustração, na sua essência, tem ligação com o texto, embora "numa concepção moderna", seja possível fazer um desenho concordando, discordando ou sem relação explícita com o mesmo.

Para entender uma coisa, o ideal é ir à origem. De onde veio a ilustração? Vem de luz. De iluminura. Já existia antes do jornalismo nas bíblias da Idade Média. O iluminista não fazia reportagem. Ele iluminava o texto (...) nas iluminuras das bíblias da idade média, antes do Gutenberg. Depois, a imprensa permitiu a produção em série, a divulgação do protestantismo e depois daí surge o jornalismo. (...) O Ilustrador, em geral, inicialmente, ajuda na compreensão do texto. (Palomanes, 2016).



Figura 24 – Caricaturas de Lula Palomanes. Reprodução do site do artista (2016).

A possibilidade de abordagens na Ilustração também está ligada a outro tipo de subjetividade: a do momento histórico. Assim como os valores-notícia podem mudar com o tempo e com "divisões ideológicas de geração" e "de meio de expressão" (Wolf, 1987), a curadoria editorial junto à sensibilidade dos leitores também não permanece sempre igual.

Quando comecei no Globo, teve uma disputa entre dois candidatos ao governo do Rio de Janeiro para ser governador – acho que era o Amaral Peixoto. Eu fiz uma caricatura dos dois caras, como se fossem cachorros, disputando um osso, brigando pelo partido. Quando mostrei ao Editor, ele disse: "Isso não pode! Quê isso!?! Vai botar os caras como dois cachorros!?" Ali, senti que fui ingênuo, peguei pesado demais. (...) Eram os anos 80 – antes de 85. Naquela época, você caracterizar um político mais conservador dessa forma era uma coisa inadmissível. Ainda mais um jornal tendo o perfil que tinha naquela época. Hoje, acontece direto. Você vai aprendendo. Quando você é novo, chega com aquele ímpeto. (Cruz, 2016).

As diferentes editorias de um jornal também se comportam de maneira diferente para os ilustradores. Foi mencionada, por mais de um ilustrador, a necessidade de adequação no enfoque para espaços diferentes do jornal. Para Cruz, a divisão do jornal pode ser vista como a de um supermercado:

Você tem a área dos produtos de limpeza, a área das frutas, dos frios e até a área de produtos finos, importados, coisas de maior qualidade. Nesses espaços você pode fazer propostas mais sofisticadas, não tão literais. Você parte para soluções mais sofisticadas intelectualmente. Na parte do *serviço*, você às vezes precisa ser mais literal. Não é ser óbvio, mas é uma concepção menos sofisticada. Você tem que fazer uma associação mais direta. (Cruz, 2016).

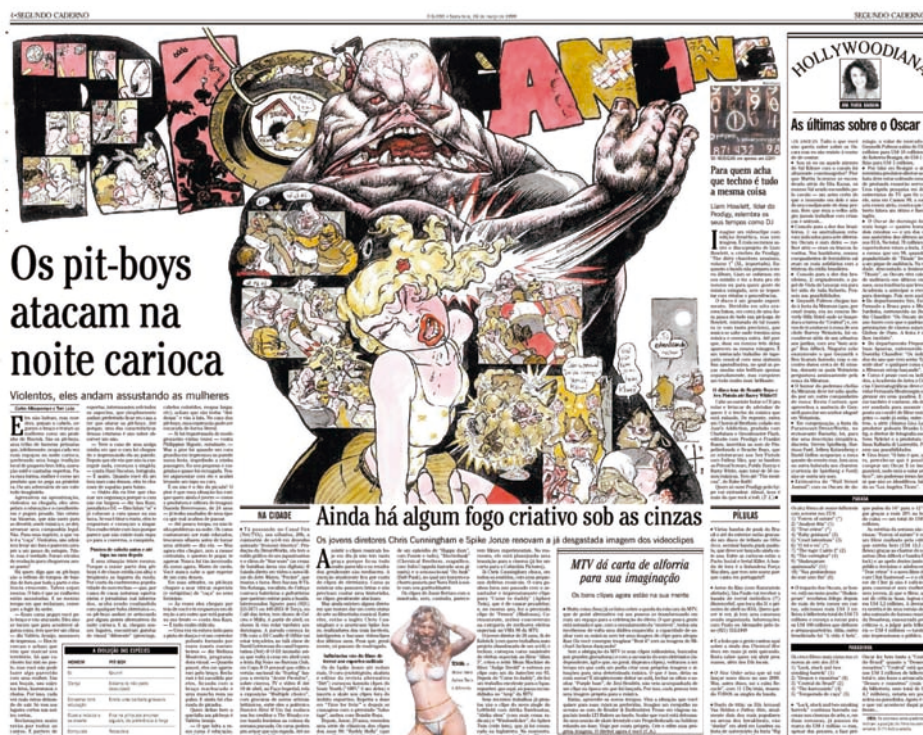


Figura 25 – Ilustração de Cruz. Reprodução de O Globo.

Lula Palomanes relata uma demissão ocasionada por um desenho em descompasso com a visão da direção. Ilustrando uma coluna da jornalista Danuza Leão, no Jornal do Brasil, desenhou um personagem "sentando no sofá, falando '*a vida é uma bosta*'". Segundo o ilustrador, a imagem era relacionada ao texto e a colunista gostava de seu trabalho, mas a Direção do jornal pediu sua demissão. O Caderno B e a coluna tinham muita visibilidade na época. "Talvez se eu tivesse escrito '*bosta*' em outro caderno, não seria demitido." A editora do caderno também foi demitida.

Cruz também destacou esse caráter imprevisível do tempo: por um lado pode afrouxar o rigor dos controles hierárquicos no sentido de uma maior liberdade criativa. Por outro, pode acarretar erros e responsabilização posterior.

Justamente o tempo de produção do jornal – que é diferente da revista e outros meios – por ter essa necessidade de se fechar na hora, muitas vezes se precipitavam certas decisões. Essa coisa de decidir se vale a pena ou não fazer determinada coisa é muito rápido. Essa pressa acaba te dando certas liberdades. O Editor está ali na pressão e tem que resolver. A coisa passa e o desenho entra. Então o fator tempo te impõe uma série de limitações com relação ao que você pode fazer com o desenho, como ele também te dá uma série de liberdades. (Cruz, 2016).

Design, Arte e Jornalismo: as transformações tecnológicas impactam a organização do trabalho

Segundo Alessandro Alvim e André Mello, no contexto multiplataforma há uma crescente demanda no trabalho de ilustração integrado com a forma da página ou conteúdo interativo digital. Alvim as chama de ilustração "com viés de Design". Embora o ilustrador tenha liberdade de estilo, seu desenho é confeccionado sob medida para dialogar com uma arquitetura de informação concebida pela equipe, um trabalho de co-criação e mais "funcional".

Nesse sentido, André Mello acredita que o trabalho atual na redação, por conta desse tipo de trabalho, exige uma maior flexibilidade do ilustrador fixo:

Você precisa ter um leque de opções para utilizar. Cada trabalho exige uma forma diferente. O jornal exige que tenha traços e estilos diferentes. Preferem quem seja curinga. É uma profissão que está se tornando escassa. (Mello, 2016).

Para Alvim, essa é uma tendência:

Acho que a tendência, na Ilustração, é a de que ela cada vez mais seja funcional, reforçando o conteúdo do texto, seja contando histórias ou narrando um evento. Mesmo ilustrando uma matéria, acho que ela estará menos independente, justamente por conta desse consumo rápido. (Alvim, 2016).

A mudança de perfil das Editorias de Arte foi um aspecto destacado pelos ilustradores mais antigos. O convívio presencial entre ilustradores, que diminuiu nas últimas décadas, tornava os departamentos verdadeiras 'escolas', onde havia troca de informações e aprendizagem entre profissionais de gerações diferentes. Para Cruz, "Vai se formando esse conhecimento, conforme as pessoas vão se conhecendo". Na visão de Palomanes:

Naquela época a gente ilustrava dentro da redação, o que é diferente de hoje. Tinha o departamento de Arte. (...) O *freela* antigamente tinha que ir ao jornal. A internet meio que acabou botando os profissionais dentro de casa. É o meu caso. Trabalho para O Valor há quinze anos e não conheço quase ninguém." (Palomanes, 2016).

Hermes observou, em sua pesquisa, que as Editorias de Arte funcionavam como um espaço de transmissão de conhecimento:

Em função das trocas que o trabalho de equipe propicia, as empresas que mantêm editorias de arte, funcionando junto às redações, configuram uma espécie de instituição cultural, já que praticam a “cultura jornalística” na sua forma específica. Isso pode ser, contudo, muito mais o resultado de um esforço solidário entre os profissionais, do que parte da atitude empresarial. (Hermes, 2005).

Nos anos 1990, Barnhurst (1998) foi um defensor do jornal na sua forma tradicional e crítico do uso do Design como ferramenta de marketing, algo que, para o autor, decorreu da percepção de que o Jornalismo está no ramo da *informação* e não da *notícia*. Para o autor, "notícias-como-informação abre o jornal para marketeiros, programadores e designers gráficos"³¹ e os redesenhos constantes dos jornais em crise, emulando aspectos da linguagem da mídia eletrônica e digital com um foco exagerado na *informação* – que precisa de "maquiagem" para se tornar "atraente" – e diminuição do espaço da *notícia* – "atrevida" e "instigante" "por definição" – poderiam, ao contrário, acelerar o processo de inviabilização do jornal ao descaracterizá-lo demais culturalmente (Barnhurst, 1998).

Ellen Lupton (1999)³², problematizando a disseminação do estilo colorido do USA Today e uma iminente *revistização*³³ dos jornais – "um número de publicações com um enfoque em figuras e gráficos atestam para um *zeitgeist* do *infotainment* que vem influenciando o design desde o início dos anos 1980" – observava a tendência à hibridização de linguagens e influência cruzada entre as plataformas de mídia: "Em termos de design, o USA Today não é tanto uma revolução, mas uma combinação inteligente de lições aprendidas de revistas, cinema e televisão nas últimas três décadas". Ainda que se referindo a um estilo e época específico do jornal norte-americano – final dos anos 1990 –, já apontava uma mudança de perfil profissional: "Cada vez mais, o jornalismo *mainstream*

³¹ "News-as-information opens the paper to marketers, programmers, and graphic designers." (Barnhurst, 1998, tradução nossa).

³² "A number of publications with picture-graphic bias attest to an 'infotainment' zeitgeist that has influenced design since the early 1980s." (...) "In Design terms, USA Today is not so much a revolution as a clever combinations of lessons learned from magazines, film and television over the last three decades." (...) "Increasingly, mainstream journalism is exchanging editorial cartoonists, who have traditionally been expected to express their own opinions, for "graphic journalists", whose job is to express the opinion of others, gathered through gallup polls and readers surveys." (Lupton, 1999, tradução nossa).

³³ Segundo Sousa (2008): "O American Press Institute prognosticava, em 1988, que cada vez mais os jornais se iriam assemelhar graficamente às revistas, o que estará a acontecer."

está trocando cartunistas, que tradicionalmente expressavam suas opiniões pessoais, por "jornalistas gráficos", cujo trabalho é expressar a opinião de outros."

Cordeiro (2014) também constatou, em sua pesquisa, relacionada ao fluxo de trabalho das novas mídias junto às expectativas de profissionais entrevistados, que haveria uma redução do uso da ilustração dissociada da informação e funcionalidade. Com relação ao novo papel dos designers, destaca:

Assim como a mídia agrega funções anteriores, o profissional também passa a ser multitarefa. Precisa conhecer o trabalho de diagramação do papel e a organização de elementos em um layout, como também precisa estudar a interação e usabilidade de uma publicação digital. Dessa forma, constata-se que o designer de notícias que trabalha para tablet deve aliar conhecimentos de design editorial, de design de informação e de interação, o que no momento se dá de um modo mais integrado do que na segmentação existente no jornalismo impresso. (Cordeiro, 2014, p. 56).

Nesse cenário, há uma tendência de diminuição das vagas de ilustradores fixos nas redações, estes passando a colaboradores remotos. Outro ponto destacado pelos entrevistados na pesquisa é o de que a inserção da ilustração no meio digital ainda não foi bem solucionada, o que dificulta a sua apreciação. Todos acreditam que essa tecnologia ainda está em desenvolvimento.

Acho que hoje em dia a apreciação da Ilustração é muito pulverizada. Isso me incomoda. Você vê muitas coisas, poucas vezes. Antigamente, os jornais tinham muitos ilustradores e você os via constantemente. Criava o hábito de leitura, de ver o trabalho daquela pessoa (...) Acho que hoje temos pequenos nichos da ilustração também. Acho isso ruim. Mas acho que a ilustração sempre estará presente. Tem narrativa gráfica ou de informação que tem que ter ilustração. (Alvim, 2016).

Da mesma maneira que a diagramação foi encorpada pelo Design, o ofício do Ilustrador foi se subdividindo em novas necessidades e funcionalidades. Assim como há antecedentes no Design brasileiro antes de 1960 (Lessa, 1995) (Camargo, 2003)(Moraes, 2010), os "Gráficos & Mapas" já estavam presentes na imprensa. A nova postura da Infografia e do Design – mais integrada ao jornalismo – e a informatização – que modificou radicalmente a prática dos antigos *ilustradores arte-finalistas* tornando mais fácil trabalhar com precisão sob um mesmo padrão gráfico – permite atualizações mais rápidas de conteúdo e uma melhor gestão do fluxo de fechamento e do trabalho em equipe – vários infografistas podem produzir, ao mesmo tempo, etapas diferentes que, posteriormente reunidas, resultarão em um único infográfico visualmente coeso –, além do fácil reaproveitamento e adaptação de material para novos formatos. Essa flexibilidade permite uma sinergia maior entre publicações e agências, cenário comum na concentração dos grupos de mídia, muitas vezes produtores de conteúdo para mais

de um jornal ou plataforma. Para Traquina (2005, p. 160), tecendo considerações sobre a "dimensão econômica na era da globalização" a partir da Teoria Organizacional, destaca que, a tendência "a procura de sinergias", a "estratégias multimídias" e a "concentração dos meios de comunicação" podem trazer pontos negativos, "nomeadamente a homogeneização dos conteúdos mediáticos e a limitação ao pluralismo de opiniões nos *media*."

3.4. Considerações sobre os dados colhidos nas entrevistas

A partir dos posicionamentos observados por Hermes (2005) na rotina jornalística – Infografista, Ilustrador e Artista Plástico –, da observação de Moraes (1998) acerca da distinção da Ilustração e da Infografia entre pólos opinativos e informativos, e dos dados e informações obtidos dos entrevistados, propomos o seguinte quadro-síntese para compreender diferentes atuações da designação *Ilustrador*:

ILUSTRADOR Cargo ou status profissional no jornal					
Possibilidades de posicionamentos estético-funcionais nas rotinas produtivas					
	Infografista	Infografista Ilustrador	Ilustrador Profissional	Cartunista	Artista Gráfico ou Plástico
Atribuições rotineiras	Infográficos	Infográficos e ilustrações	Ilustrações de reportagens e colunas	Charge, cartum, caricatura e quadrinhos	Ilustrações de colunas, capas e especiais
Participação na pauta ou apuração	Sim	Sim	Não	Não	Não
Relação com o texto	Compromisso com informação	Compromisso com informação	Geralmente cria relação com o texto	Escreve o próprio o texto	Nem sempre cria relação com o texto
Relação com o desenho	Projetual; trabalha dentro de padrão gráfico do jornal	Projetual, pessoal e, se necessário, realiza trabalho em vários estilos	Pessoal; se necessário, realiza trabalho em vários estilos	Pessoal	Pessoal, projeto estético próprio

PÓLO INFORMATIVO	←————→	PÓLO OPINATIVO
Maior	ENVOLVIMENTO COM A ROTINA JORNALÍSTICA	Menor
Equipe	INTERAÇÃO, TIPO DE TRABALHO	Individual
Maior	DEPENDÊNCIA ORGANIZACIONAL	Menor

Figura 26 – Posicionamentos diferentes dos ilustradores na rotina. Gráfico nosso.

É importante notar que esses perfis não são um rótulo estanque. Um mesmo profissional pode realizar, em momentos diferentes da carreira – e até da rotina – desenhos em outro perfil. E a prática de todos os ilustradores envolve algum nível

de concepção artística, um raciocínio do Design para com a *forma* da página ou conteúdo, assim como, em outro sentido, algum nível de comprometimento com a rotina jornalística – ao menos o compromisso com o horário de fechamento. Ao adotar essa generalização, queremos facilitar a compreensão de diferentes enfoques de trabalho e posicionamentos profissionais dos ilustradores, que atendem a diferentes necessidades das rotinas produtivas do jornalismo.

Com relação à compreensão de noções de jornalismo por parte dos ilustradores, também observamos uma maior aproximação do jornalismo por parte do trabalho de infografia, do que por parte da ilustração.

RELAÇÃO ENTRE OS ILUSTRADORES E O JORNALISMO

Quadro síntese

	Infografista	Infografista Ilustrador	Ilustrador Profissional	Cartunista*	Artista Gráfico ou Plástico
Se considera jornalista?	Sim	Sim	Sim e "mais ou menos"	Sim e "mais ou menos"	Não
Preocupação com objetividade	Sim	Sim	Sim, na ilustração para reportagem	Não	Não
Riscos de responsabilização organizacional	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Relação com os valores-notícia	Busca potencial visual da notícia	Busca potencial visual da notícia	Relevância ou simbolismo	Olhar inusitado ou simbolismo	Indiferente
Desenvolve rotinas para ganhar tempo?	Sim. Pode incluir agendamento de eventos e cultivo de fontes	Sim. Pode incluir agendamento de eventos e cultivo de fontes	Sim. Técnicas e estilos rápidos	Sim. Caricaturas antecipadas	Sim. Criação constante, independente de solicitação

* Dois dos entrevistados são caricaturistas e um é quadrinista e cartunista. Nenhum chargista de ofício foi entrevistado.

Figura 27 – Relação entre ilustradores e conceitos do jornalismo. Gráfico nosso.

O perfil profissional da composição da Editoria de Arte teve uma redução na participação de ilustradores. Baseado no relato dos entrevistados, estimamos que, em 1990, os ilustradores representavam metade da equipe. Em 2016, descontado o chargista, a equipe conta com dois ilustradores (que não atuam também como infografistas), sendo apenas um deles empregado como fixo na rotina.



Figura 28 – Transformação no perfil profissional da equipe de arte. Infográfico nosso.

No entanto, em uma eventual consolidação da perda de espaço das ilustrações com viés mais artístico e cartunístico³⁴ nos jornais, é necessário pensar se isso não acarretaria em um empobrecimento geral do produto. Embora não seja visto como 'funcional' no cenário atual, o trabalho da ilustração e dos artistas gráficos e caricaturistas compõe, simbioticamente com o noticiário, parte do rico universo imagético-conceitual que o jornal, como produto, leva a seus leitores diariamente. O jornal não vende apenas notícias ou opiniões analíticas de assuntos importantes. E caso exista a tendência ao *infotainment*³⁵, principalmente no jornalismo para conteúdo digital multiplataforma, é curioso que a ilustração tenha, a princípio, oportunidades reduzidas. O jornal é também um espaço onde leitores acostumaram-se a divertir-se com anedotas de crônicas e piadas em quadrinhos, ver o resultado da loteria, saber o prognóstico do seu signo solar, fazer palavras cruzadas, deleitar-se com colunistas e, no caso da caricatura e ilustração, deparar-se regularmente com uma abstração gráfico-intelectual para a representação de personagens e assuntos – ou mesmo admirar uma imagem *bela* – em obras que se desenvolvem sob seu olhar diário – um desenho *interessante*.

É importante ressaltar que essa amostragem é muito restrita, sendo representativa de profissionais de O Globo ou com passagem pelo veículo,

³⁴ Segundo Sousa, a partir dos estudos de Lester sobre o cartoon norte-americano, cinco pontos teriam contribuído para o declínio do cartunismo: "1) Diminuição do número de jornais de informação geral; 2) Concentração monopolista dos jornais e das revistas; 3) Agregação dos cartoonistas em agências; 4) Formação artística deficiente dos cartoonistas; 5) Cautela dos editores de jornais com as potenciais reações negativas do público a certos cartoons, por força da luta de audiências e da ameaça de processos judiciais." (Lester apud Sousa, 2005)

³⁵ Segundo Aguiar (2009): "Composto a partir da fusão dos termos informação e entretenimento, é utilizado para designar a hibridização do ideal moderno do jornalismo – informar aos cidadãos – com uma das principais características da cultura de massa: a competência para entreter, distrair, divertir."

apresentando algumas características geracionais similares pelo tempo e período de experiência. A partir dessas primeiras entrevistas exploratórias e qualitativas, tornou-se necessário realizar uma pesquisa de campo mais ampla para a obtenção de dados quantitativos específicos através de formulários, com uma amostragem com maior diversidade de gênero, idade, tempo de experiência, localização geográfica e veículos entre profissionais da Ilustração Jornalística. A pesquisa encontra-se relatada no quinto capítulo desta dissertação. Antes disso, porém, nos debruçaremos sobre os trabalhos que utilizam a ilustração em narrativas interativas do jornalismo online. São conteúdos ilustrados que se valem de recursos antes impossíveis ao repertório da ilustração impressa, como o audiovisual e a organização através de menus interativos. São, de fato, narrativas e interativas? Que experiências e interações podemos observar? Como a ilustração se insere nesse contexto híbrido e multidisciplinar?

4. Possibilidades de inserção da ilustração nas narrativas interativas do jornalismo digital

"O livro está morrendo, justamente porque já pouca gente pode consagrar um dia todo, ou ainda uma hora toda, à leitura de cem páginas impressas sobre o mesmo assunto. Talvez o jornal futuro — para atender à pressa, à ansiedade, à exigência furiosa de informações completas, instantâneas e multiplicadas — seja um jornal fallado, e ilustrado com projeções animatographicas, dando, a um só tempo, a impressão auditiva e visual dos acontecimentos, dos desastres, das catastrophes, das festas, de todas as scenas alegres ou tristes, sérias ou fúteis, d'esta interminável e complicada comédia, que vivemos a representar no imenso tablado do planeta..."

Olavo Bilac, *Revista Kósmos*, 1904

"Aliás, hoje as pessoas não sabem nada, o Otávio me disse que o número de alunos na faculdade de literatura cada ano fica menor. No último ano em que lecionou, havia na sua turma apenas doze alunos. As pessoas escrevem nos celulares meia dúzia de palavras. Ninguém tem lápis, caneta, computador, máquina fotográfica, nada disso, elas tem celulares."

Rubem Fonseca, *Calibre 22*, 2017.

No capítulo anterior, observamos a relação entre o ilustrador e o jornalismo, e constatamos o direcionamento das equipes de arte para a produção de jornais multiplataforma. Se, por um lado, a ilustração tradicional³⁶ e o desenho de humor vêm perdendo espaço nos jornais impressos e apresentando dificuldade para sua inserção nas versões *desktop* e *mobile*, observa-se seu ressurgimento nas narrativas interativas e trabalhos especiais³⁷ do jornalismo digital. A partir das tipologias de Lev Manovich, em "The Language of New Media" (2001), e da proposta de categorização para o estudo de experiências em ambientes interativos, de Katja Battarbee e Jodi Forlizzi, em "Understanding Experience in Interactive Systems" (2004), discutiremos a inserção da ilustração e a experiência de navegação por três trabalhos dessa natureza. Como são as interfaces? São de fato narrativas e interativas? Que tipos de experiências elas suscitam? A mistura de linguagens no meio digital apenas mimetiza formatos da cultura do impresso?

As visões de Vilém Flusser em "O Mundo Codificado" (2007), Marshall McLuhan em "A Galáxia de Gutenberg" (1977) e W.J.T. Mitchell em "Image

³⁶ Aquela ligada a interpretação dos artistas sobre os assuntos (ver Capítulo 2).

³⁷ Produções realizadas fora do *hard news*, mais extensas, planejadas com antecedência.

Science" (2015) servirão de base para contextualizar um processo mais longo e amplo de fragmentação e hibridização das mídias em suas formas culturais de apresentação e fruição, aspecto que acreditamos impactar a apreciação e inserção da ilustração nos jornais digitais.

4.1. Interatividade, narrativa e ruptura de linearidade na mídia digital – conteúdos fragmentados e modulares

As narrativas interativas que vamos analisar caracteristicamente acumulam e justapõem linguagens no meio digital: histórias em quadrinhos, arquivos audiovisuais, games, ilustração, infografia e dispositivos de interação humano-computador com caixas de diálogo e botões para o input de dados e navegação, por exemplo. Reunidas na internet, essas linguagens, inspiradas em um repertório anterior à internet, apresentam-se digitalizadas. Ou seja, superficialmente, comportam-se como as linguagens originárias, mas essencialmente são arquivos de computador orquestrados por uma interface comum, que os organiza em uma estrutura para a fruição dos leitores-usuários.

Lev Manovich discute o conceito de “nova mídia” em "The Language of New Media" (2001). Ela é criada, distribuída e armazenada em computadores. Devido a essa “camada computacional” (a linguagem da informática, arquitetura de dados, variáveis e funções), a nova mídia reconceitua antigas formas da cultura e as torna programáveis, projetando a ontologia do computador sobre a cultura.

As maneiras pelas quais o computador modela o mundo e representa os dados, nos permite manipulá-los; as principais operações por trás de todos os programas de computação (tais como buscar, identificar, organizar e filtrar); as convenções de IHC – grosso modo, o que podemos chamar de ontologia, epistemologia e pragmática do computador – influenciam a camada cultural da nova mídia, sua organização, seus gêneros emergentes e conteúdos. (...) A nova mídia pode parecer-se como mídia, mas isso é apenas a superfície. (Manovich, 2001, p.46-48, tradução nossa).

O universo interno da obra-programável é o **algoritmo**. Simbiótico ao banco de dados, o algoritmo atua como lei implícita que rege a dinâmica do espaço virtual e é assimilado pelo usuário na experiência de uso e navegação. "Juntos, as estruturas de dados e os algoritmos são duas metades da ontologia do mundo, no ponto de vista de um computador." (Manovich, 2015, p.12)

O **banco de dados** é definido como "uma coleção estruturada de dados", organizado "de forma a permitir agilidade na busca e recuperação por um

computador, ou seja, tudo menos³⁸ uma simples coleção de itens" (Manovich, 2015, p.8). A narrativa em trabalhos multimídias com conteúdo cultural tende a se tornar apenas um método – uma **interface** – para acessar os dados – uma lista de itens reordenável, sem causa e efeito. Dessa forma, seria uma "forma cultural própria", um modelo de "como é o mundo", que contraria a lógica da narrativa.

A lógica do banco de dados e a ontologia do computador favorecem a **espacialização do tempo** (navegar por um espaço), **a quebra de linearidade** (permite sequências arbitrárias e conexões aleatórias entre elementos), além da construção de múltiplas interfaces para um mesmo conjunto de dados. A possibilidade de trajetórias múltiplas não necessariamente garante a produção de sentido de uma narrativa, que depende do encadeamento de eventos ordenados ao longo do tempo (causa e efeito), experimentados por atores em uma história.

Independentemente dos objetos das novas mídias se apresentarem como narrativas lineares, narrativas interativas, banco de dados ou algo mais, por baixo, no nível da organização material, eles são todos bancos de dados. Nas novas mídias, o banco de dados sustenta um conjunto de formas culturais que variam entre a tradução direta (ou seja, um banco de dados permanece um banco de dados) e a forma cuja lógica é o oposto da lógica da forma material em si – a narrativa. Mais precisamente, um banco de dados pode sustentar a narrativa, mas não há nada, na lógica do meio em si, que promova essa criação. (Manovich, 2015, p.14-15)

A **linearidade** está associada à escrita e à página de texto impresso nos pensamentos de Marshall McLuhan (1962/1977) e Vilém Flusser (2007). Para McLuhan, a prensa tipográfica e a massificação dos livros foram vetores destrribalizantes e civilizatórios, rompendo com o mundo da cultura manuscrita (tribal e oral³⁹) e disseminando a cultura de **linearidade, padronização e ponto de vista fixo** através da leitura silenciosa e individual pelo isolamento do sentido da visão. Corroborando com esse pensamento, Flusser (2007) contrapõe uma ideia de consciência mítica e mágica das imagens, a uma consciência histórica, associada à escrita, **linear**. Aqui, percebemos a possibilidade de influência do próprio design enquanto participante da experiência de leitura de um texto

³⁸ O trecho final do original "the data stored in a database is organized for fast search and retrieval by a computer and therefore, it is anything but a simple collection of items" (2001, p.218) foi traduzido no artigo citado como "não há nada além de uma simples coleção de itens", quando, em realidade, acredito que o mais correto seria "tudo menos uma simples coleção de itens".

³⁹ "Somente o alfabeto fonético estabelece uma cisão entre a visão e a audição, entre o significado semântico e o código visual; e, portanto, somente a escrita fonética tem o poder de trasladar o homem da esfera tribal para a esfera civilizada, isto é, de substituir-lhe o ouvido pela vista." (McLuhan, 1962/1977, p.52)

diagramado: a apreensão do sentido de um texto decorre de um encaminhamento linear do olhar.

Quando se quer decifrar ("ler") um texto (...), os olhos têm de deslizar ao longo da linha. Somente ao final da linha é que se recebe a mensagem, e é preciso tentar resumi-la, sintetizá-la. Códigos lineares exigem uma sincronização de sua diacronia. Exigem uma recepção mais avançada. E isso tem como efeito uma nova experiência temporal, a saber, a experiência de um tempo linear. (Flusser, 2007, p. 133).

A angústia de McLuhan e Flusser diante da disseminação das novas tecnologias a partir do século XX se dá pela possibilidade de ruptura com os valores ocidentais decorrentes da cultura do texto impresso. A dispersão desses valores não seria necessariamente um retorno ao analfabetismo "pré-histórico" de um mundo regido por imagens, mas uma influência sobre a cultura pela mudança de percepção e difusão dos textos e imagens, agora programáveis. O próprio jornal, a partir do final do século XIX, configurado com base em notícias transmitidas por meios de comunicação elétricos, já seria um artefato representativo do processo de dissolução da "galáxia de Gutenberg". O jornal tem por característica apresentar uma visão de mundo em mosaico, com narrativas incompletas e ininterruptas justapostas em uma mesma edição impressa.

Nossos jornais são elétricos, no sentido de que são feitos a partir de agências de notícias que prometem uma cobertura instantânea dos fatos. Observe qualquer página e poderá ver que se trata de colagem. Isso é tão claro que ninguém lê uma parte do jornal tentando compreender uma outra parte. O leitor nunca procura conexões entre as diversas partes. Mas tudo ressoa, faz eco. Um jornal vibra, interfere, é uma imagem induzida do mundo sobre uma superfície plana e em forma de mosaico, cuja única unidade é a data em comum. (McLuhan, 2011 [1972], p. 9).

Nessa perspectiva, os filósofos das mídias do século XX nos ajudam a refletir sobre o jornal digital – e suas narrativas interativas – como um desdobramento desse processo de fragmentação e hibridização das mídias. O "retorno" à "imagem" e à "oralidade" – em conteúdos audiovisuais programáveis e interfaces que reorganizam arquivos em narrativas interativas – seria mais uma etapa de ruptura com uma cultura de linearidade associada ao texto impresso.

Um aspecto preponderante na mídia digital é ela ter por base diversas mídias em códigos digitalizados, que se atualizam para o leitor usuário quando acessados⁴⁰. O jornal em sua versão digital, da mesma forma, se atualiza conforme o dispositivo receptor: enquanto todo assinante da versão em papel recebe um

⁴⁰ Manovich chama atenção para o fato de que "a maioria das páginas na web são coleções de elementos separados – textos, imagens, links para outras páginas e sites" (2015, p.9).

jornal idêntico, a versão visualizada pelo leitor online será correspondente às configurações e formato do seu dispositivo (celular, *desktop*, *tablet*). Para facilitar a reorganização da coleção de mídias em seu site, o jornal digital abandona a diagramação fixa do jornal impresso, separando os objetos em blocos intercambiáveis. O resultado disso é uma tendência à separação do texto e das imagens e uma diagramação em apenas uma coluna, o que dificulta a articulação e diálogo da ilustração com massas de texto⁴¹.

Observando os conteúdos de uma página dupla de jornal impresso e sua transposição para o jornal digital, vemos que as colunas e ilustrações se tornam pequenos módulos dissociados e acumulados em *links* na versão *mobile*.

⁴¹ Rob Waller discute esse processo em "Graphic Literacies for a digital age: the survival of layout" (2012) e "Strip science" (2010), que abordamos no capítulo 5.

Página dupla impressa

The infographic displays a grid of newspaper pages from 'FOLHA DE S. PAULO'. It features several sections with numbered callouts (1-9) pointing to specific articles or images. The sections include:

- 1**: 'Rejeição implacável' (Implacable rejection) under 'EDITORIAIS'.
- 2**: 'Verão europeu' (European summer) under 'EDITORIAIS'.
- 3**: 'O DEMÔNIO E A POLÍTICA' (The demon and politics) under 'FOLHA DE S. PAULO'.
- 4**: 'A pão e água' (Bread and water) under 'FOLHA DE S. PAULO'.
- 5**: 'Temer unificou o Brasil' (Temer unified Brazil) under 'FOLHA DE S. PAULO'.
- 6**: 'Mais de mil Fouchés no salão' (More than a thousand Fouchés in the hall) under 'FOLHA DE S. PAULO'.
- 7**: 'Uma questão de caráter' (A question of character) under 'TENDÊNCIAS / DEBATES'.
- 8**: 'Licenciamento ambiental e incertezas' (Environmental licensing and uncertainties) under 'TENDÊNCIAS / DEBATES'.
- 9**: 'PAINEL DO LEITOR' (Reader's panel) under 'PAINEL DO LEITOR'.

Other visible sections include 'ASSUNTOS MAIS COMENTADOS DA SEMANA' (Most commented topics of the week) and 'Colunistas' (Columnists).

Mesmas colunas na versão mobile

This infographic shows the same newspaper content as the previous one, but adapted for a mobile phone screen. It features a grid of mobile screens with numbered callouts (1-9) corresponding to the same articles and sections as in the print version. The layout is optimized for a smaller screen size, with text and images scaled appropriately.

Figura 29 – Infográfico nosso sobre reproduções da internet da Folha de São Paulo (25/6/2017).

Leopoldina Fortunati (2014) analisou algumas diferenças entre o jornal impresso e o jornal online, enquanto artefatos:

O jornal impresso é considerado um objeto completo, com fim em si mesmo (...). Os

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1612272/CA

leitores podem medi-lo de relance, compreendendo o quão grande é a edição e quantas páginas ela tem aproximadamente. Ler um jornal impresso traz uma experiência de continuidade, enquanto a experiência de ler online é muito mais fragmentada; os usuários só podem ver a página principal na tela. (...) impresso e online apresentam um manuseio completamente diferente: quando seguramos um jornal, podemos segurar o objeto inteiro e imediatamente acessar qualquer página escolhida. No jornal online, em contraste, só acessamos uma página de cada vez. Isto significa que até mesmo o acesso é muito mais fragmentado e segmentado quando comparado ao jornal impresso. (Fortunati et al, 2014, p. 9. Tradução nossa.)

Ao fragmentar conteúdos, o meio digital tende a inviabilizar a tensão da composição texto-imagem como na página impressa, pois a organização das telas pressupõe o uso de um espaço oculto, infinito. Elementos gráficos e ilustrações são também norteadores de leitura, permitindo ao leitor compor um mapa cognitivo do conteúdo pela sensação de unidade. A **composição** (disposição de elementos dentro de um espaço delimitado) é fundamental para a narratividade da ilustração, aspecto observado pela teoria do desenho. Retomando o pensamento de Rui de Oliveira (2008, p. 60), discutido no segundo capítulo: “Uma composição mal solucionada torna a página ilustrada confusa, sem hierarquia do olhar. Mesmo considerando que o olhar é algo muito pessoal, a composição possibilita seu trajeto narrativo ao longo da imagem”.

A visão de Flusser (2004, p. 23) também aborda trajetos ou caminhos do olhar durante a leitura de imagens. Para o filósofo, nossa apreensão das figuras se dá através de um processo de síntese seguido de uma análise. Primeiro, percebemos de “relance” a estrutura geral de uma imagem, sua “totalidade”. Em seguida, exploramos seus “caminhos” – os trajetos sugeridos pelo interior da imagem – analisando-a. A percepção de totalidade de um conteúdo imagético permite que o olhar caminhe sem precisar seguir um percurso fixo, como ocorre na leitura de um texto: “Ao lermos as linhas, seguimos uma estrutura que nos é imposta; quando lemos as pinturas, movemo-nos de certo modo livremente dentro da estrutura que nos foi proposta.” (Flusser, 2007, p. 105). A fragmentação de um conteúdo texto-imagem em módulos menores para leitura parcial, portanto, impacta essa experiência de percepção e leitura da ilustração.

Nesse sentido, interfaces que mimetizam uma composição fixa (ou formas culturais de mídias "antigas") são estratégias que recuperam a **interação texto-imagem**. Dentre as formas de interfaces consagradas nas mídias pré internet, Manovich observa que a página impressa, o cinema e a interação humano-computador, são alguns dos principais mananciais de interfaces na cultura

(Manovich, 2001, p.72). Ao apropriar-se dessas formas, como referenciais para a construção de interfaces na nova mídia, a tensão entre a narrativa e os bancos de dados tenderia a uma **hibridização** dos formatos:

Ao invés de tentar correlacionar banco de dados e formas narrativas com as mídias modernas e as tecnologias da informação, ou deduzi-los a partir dessas tecnologias, prefiro pensar neles como duas imaginações em concorrência, dois impulsos criativos básicos, duas respostas essenciais ao mundo. (...) Ao competir para dar sentido ao mundo, o banco de dados e a narrativa produzem híbridos sem fim. É difícil encontrar uma enciclopédia pura, sem haver nela quaisquer traços de narrativa ou vice-versa. (Manovich, 2015, p. 13).

Esse cenário torna interessante a discussão acerca do uso indiscriminado (ou impreciso) dos termos "interatividade", "transmídia" e "mídia visual". Para Manovich, **interatividade** tem sido erroneamente associada a um efeito intrínseco da interação humano-computador: a causa e efeito tal como um *input* físico que produz um resultado – uma causa e efeito diferente da narrativa. Podemos ampliar o conceito de interatividade adotando uma visão mais flexível, como na arte e literatura, que inclui os espaços de participação da imaginação do leitor-espectador na construção dos sentidos das obras dentro da ideia de interação.

Toda a arte clássica – e moderna, ainda mais – é "interativa" de várias maneiras. As elipses da narrativa literária, os detalhes ausentes em objetos de arte visual, e outros "atalhos" representacionais exigem do leitor-expectador o preenchimento da informação faltante. O teatro e a pintura também dependem de técnicas de encenação e composição para orquestrar a visão do espectador ao longo do tempo, demandando que o público enfoque diferentes partes da exibição. Na escultura e arquitetura, o espectador precisa movimentar seu corpo para vivenciar a estrutura espacial. (...) Quando utilizamos o conceito de "mídia interativa" em relação a mídias baseadas nos computadores, há o risco de interpretarmos "interação" de modo literal, igualando-a a interação física entre usuário e objeto midiático (apertar um botão, clicar em um link, movimentar o corpo) e ignorando a interação psicológica. Os processos psicológicos de preenchimento, formação de hipótese, recordação e identificação, os quais são exigidos de nós para a compreensão de qualquer texto ou imagem, são erroneamente identificados com uma estrutura de links interativos objetivamente existentes. (Manovich, 2001, p.56-57. Tradução do nossa).

Alargando ainda mais a discussão, o conceito de **transmídia** surgiu da necessidade de descrever estratégias de produção das indústrias criativas onde uma mesma narrativa, produzida por um mesmo núcleo, se desdobra em histórias complementares por mídias diferentes. O conceito foi descrito inicialmente por Henry Jenkins, em 2003. Em "A problematização da transmídiação no contexto jornalístico: uma análise da narrativa transmídia a partir de reportagens", Maria Veloso e Yúri de Araújo (2015), observam que o uso indiscriminado do termo

pode resultar em imprecisão de sua aplicação e estudo. Para os autores, a partir de Jenkins, “narrativa transmídia” define-se como

um conjunto de histórias que se expandem através de múltiplas linguagens e plataformas midiáticas e que, mesmo permitindo a compreensão independente de cada uma das suas unidades, proporciona a constituição de um universo narrativo mais amplo de acordo com o maior volume de partes que forem consumidas. Além disso, o conceito também inclui a presença da interatividade do consumidor com o conteúdo de tais histórias. (Jenkins apud Veloso & Araújo, 2015, p. 223).

Para que um conteúdo seja considerado transmídia, “é necessário que haja o emprego articulado de plataformas em pelo menos duas mídias diferentes.” (Veloso; Araújo, 2015, p. 229-233). Esse conteúdo deve fazer parte de um mesmo projeto de comunicação, sendo articulado sinergicamente por mídias diferentes, empregando “estratégias por meio das quais são definidas propostas de engajamento para os leitores-usuários”. Os autores ressaltam que enquanto uma “narrativa transmídia” é um *tipo de conteúdo*, o “jornalismo transmídia” se refere a uma *lógica de produção*.

o emprego do termo narrativa transmídia passou a ser usado de maneira mais abrangente do que deveria. Isso fez com que quase todo tipo de conteúdo articulado entre mídias diversas fosse classificado como NT. Ademais, os termos jornalismo transmídia e narrativa transmídia também costumam aparecer como sinônimos, quando, na verdade, um se constitui como um tipo de conteúdo e o outro diz respeito a uma lógica de produção midiática. (Veloso & Araújo, 2015, p. 230).

Nesse sentido, considerando que os três trabalhos abordados nesse capítulo foram criados especificamente para uma mídia, a digital, e sem termos certeza de que houve articulação dos mesmos dentro de uma estratégia produtiva de jornalismo transmídia⁴² –, optamos por não associar o termo a essas narrativas. Além disso, a republicação de conteúdo adaptado a outra mídia não necessariamente define jornalismo transmídia.

Em outra direção de esclarecimento, William John Thomas Mitchell propõe a revisão crítica do termo “mídia visual” cuja imprecisão dificulta a discussão dos problemas. Para o iconólogo, não existem mídias puramente “visuais” e toda mídia é em parte multimídia, ainda que isso não torne as mídias indistinguíveis. Esse enfoque observa a proporção de mistura em cada mídia específica, sua fração “multimídia”, algo que fica oculto sob a generalização de “visual”.

⁴² Não obtivemos acesso ao New York Times e Gazeta do Povo nas datas específicas da publicação dos trabalhos analisados para aferirmos se houve desdobramento dos mesmos na mídia impressa ou vice-versa.

Um corolário da afirmação de que "não existe mídia visual" é o de que toda a mídia é uma mídia misturada. Isto é, a própria noção de um meio e de mediação já pressupõe uma mistura de elementos sensoriais, perceptivos e semióticos. Também não há mídias puramente audíveis, táteis ou olfativas. O que isso possibilita é uma diferenciação mais precisa das misturas. Se toda mídia é mídia misturada, elas não são misturadas da mesma forma, com a mesma proporção de elementos. (...) Seria possível, então, afirmar que não existe mídia visual, que toda mídia é misturada, sem abrir mão do conceito de especificidade dos meios. (Mitchell, 2015, p.129, tradução nossa).

O conceito de que algumas mídias seriam exclusivamente visuais alimentaria um discurso de uma suposta "predominância visual", dando a ilusão de que seria possível separá-las em uma classe específica de objetos, reificando o conceito de "visual" e até mesmo sua perseguição como a um bode expiatório.

O rompimento com o conceito de "mídia visual" é certamente uma forma de sermos mais duros com nós mesmos e apresenta alguns benefícios. Já sugeri que isso abriria o caminho para uma taxonomia mais matizada das mídias, baseada nas proporções sensoriais e semióticas. Porém, fundamentalmente, colocaria o "visual" no centro do foco analítico ao invés de tratá-lo como um conceito fundador que pode ser entendido como algo dado. Entre outras coisas, nos encorajaria a questionar por que e como o "visual" se tornou um conceito tão potente e reificado. Como adquiriu status de sentido "soberano", e o papel igualmente importante de bode expiatório universal, dos "olhos abatidos" de Martin Jay, à "sociedade do espetáculo" de Debord, o "regime escópico" de Foucault, a "vigilância" de Virilian e o "simulacro" Baudrillardiano. Como em todos os objetos de fetiche, o olho e o olhar foram tanto super e subestimados, idolatrados e demonizados. O melhor da cultura visual oferece caminhos para irmos além dessas "guerras escópicas", rumo a um espaço crítico mais produtivo, onde estudaríamos o intrincado trançamento e aninhamento do visual com outros sentidos, reabriríamos a história da arte para o campo expandido de imagens e práticas visuais tal como prospectada na visão de história da arte de Warburg, e encontraríamos algo mais interessante para fazer com os olhos escandalizados⁴³ que arrancá-los. (Mitchell, 2015, p.135. Tradução nossa).

4.2. Tipos de experiências e interações

Embora existam muitas visões e aplicações para o conceito de **experiência**, o termo é de grande interesse para a pesquisa em Design, por servir de aporte para o estudo da interação entre usuários e produtos configurados por designers. Katja Battarbee e Jodi Forlizzi (2004) procuraram estipular uma estrutura ("framework") para esclarecer e compreender o design para a experiência em sistemas interativos. Esse *framework* é centrado na **interação** e aborda a **experiência** no contexto de uma interação social, observando como as emoções evocadas e a interpretação de eventos particulares, decorrentes das interações, operam na produção de sentido. As autoras propõem organizar essa

43 "Offending eyes". Referência bíblica ao trecho "and if your right eye offend you, pluck it out", também traduzido em português como "Se um dos teus olhos te faz pecar, arranca-o."

estrutura categorizando três tipos de interação usuário-produto e três dimensões de experiência. A **interação** pode ser categorizada como **fluente**, **cognitiva** ou **expressiva**. Enquanto a **experiência** pode ser identificada como **experiência**, **uma experiência** ou **co-experiência**. A seguinte tabela apresenta um resumo do referencial proposto por Battarbee e Forlizzi (2004, p. 262-264, tradução nossa).

Tipos de interação	Descrição	Exemplo
Fluente	Interações automáticas e intuitivas, que não competem por nossa atenção. Permitem que nos concentremos nas consequências de nossas atividades ou em outros assuntos.	<ul style="list-style-type: none"> • Andar de bicicleta. • Fazer café de manhã. • Consultar o calendário.
Cognitiva	Interações que enfocam o produto em mãos e resultam em aprendizagem, confusão ou erro.	<ul style="list-style-type: none"> • Tentar identificar um mecanismo de descarga em um banheiro em país estrangeiro. • Usar um tutor de álgebra online para resolver um problema matemático.
Expressiva	Interações que levam o usuário a criar uma relação com o produto. O usuário pode se esforçar para modificar e personalizar a relação com o produto, gerando histórias pessoais.	<ul style="list-style-type: none"> • Consertar uma cadeira e pintá-la de uma nova cor. • Escolher uma imagem de fundo para a tela do celular. • Definir atalhos em um <i>software</i> complexo.
Tipos de experiência	Descrição	Exemplo
Experiência	Fluxo de pensamento e “self talk” (conversa consigo mesmo) decorrente de nossa consciência de uso do produto.	<ul style="list-style-type: none"> • Andar no parque. • Cuidar da casa. • Usar sistema de mensagem instantânea.
Uma experiência	Pode ser articulada ou nomeada. Tem começo, meio e fim. Inspira uma mudança emocional e de comportamento.	<ul style="list-style-type: none"> • Andar de montanha-russa. • Assistir a um filme. • Descobrir uma comunidade online de seu interesse.
Co-experiência	Produção de sentido e emoção através do uso do produto. Está ligada a experiência em contextos social, como compreensão mútua, memórias compartilhadas e a influência da presença física (ou virtual) de terceiros na interpretação de eventos.	<ul style="list-style-type: none"> • Interagir com terceiros em uma exposição de museu. • Comentar sobre a cozinha que um amigo remodelou. • Jogar um jogo com mensagens no celular com amigos.

Tabela 3 – Quadro síntese das tipologias de Forlizzi e Battarbee (2004). Tradução nossa.

Para Forlizzi e Barttarbee (2004, p. 264-265), “quando um indivíduo interage com um produto, suas experiências fluem dinamicamente entre interações fluentes, cognitivas e expressivas à medida que elas acontecem”.

É importante ressaltar que o “dimensionamento de uma experiência” é uma tarefa difícil e sujeita a subjetividades (Forlizzi & Barttarbee, 2004, p. 264-265). Esse trabalho envolve avaliar e mapear essas experiências, e se uma interação provoca uma experiência pequena – geralmente esquecível – ou experiências maiores, com mais peso emocional, que promovem mudanças de comportamento ou memórias compartilhadas com terceiros, e, portanto, serão lembradas. Utilizaremos as tipologias propostas pelas autoras na análise das interações e experiências encontradas nos três trabalhos selecionados.

4.3. Seleção e análise de trabalhos

Foram selecionados três trabalhos produzidos para plataformas digitais de jornais, e que utilizaram o repertório de linguagens das equipes de arte com modos e finalidades editoriais distintas. Os dois primeiros têm em comum o uso de material fotográfico e audiovisual como suporte para a construção narrativa por parte dos ilustradores. Porém, a atuação dos ilustradores em cada uma destas construções é diferente. No primeiro trabalho, que se assemelha a uma crônica ilustrada, o ilustrador-autor ficcionaliza os registros fotográficos e fatos históricos através do seu filtro pessoal, adicionando fantasia ao relato. O segundo, ao contrário, é um esforço de reportagem. Embora as memórias dos personagens entrevistados sejam recontadas em histórias em quadrinhos, esta criação é comprometida com a apuração jornalística. Já o terceiro trabalho é interessante pela interface com um banco de dados estatísticos.

"My Travels with the curse of Maracanã"

"My travels with the curse of Maracanã" (2014)⁴⁴ é uma crônica onde o autor Chris Niemann fantasia sua amizade com o fantasma do Maracanaço através de intervenções com ilustrações e animações sobre os registros fotográficos e audiovisuais de sua viagem pelo Brasil em busca da "alma do futebol" que, em última instância, se transforma em uma ode ao injustiçado goleiro Barbosa.

⁴⁴ Disponível em: <https://www.nytimes.com/interactive/2014/06/08/magazine/world-cup-curse-of-maracana.html>

Produzido para a revista do jornal The New York Times e motivado, então, pela aproximação com a Copa do Mundo no Brasil, este conteúdo especial é apresentado como um "livro de histórias animado"⁴⁵. A interface deste trabalho reflete o conceito: a história se inicia a partir da abertura de um caderno de anotações, onde as páginas estão literalmente transpostas ao espaço virtual.

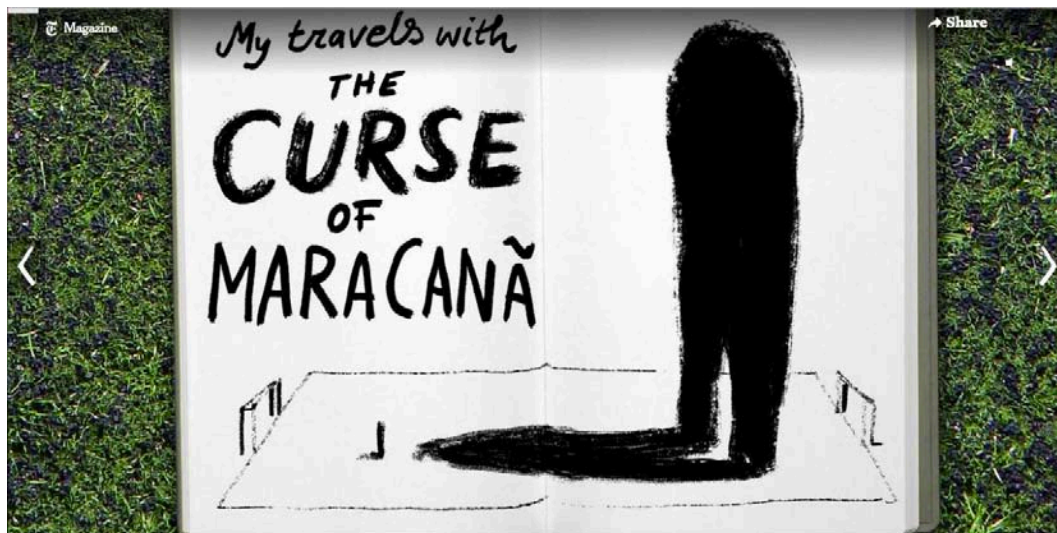


Figura 30 – Abertura da narrativa. Fonte: New York Times. Reprodução da internet.

O desenho animado, em *loop*, se elabora sobre esse material fotográfico, contrastando a imagem real (documental) com a abstração produzida pelos traços concisos do ilustrador: grossos, na cor preta, como *cartuns* animados. A orientação da leitura remete à do livro ocidental – navegamos pelo conteúdo da esquerda para a direita, podendo retornar a etapas ("páginas") anteriores pelo mesmo caminho. Isso se contrapõe ao padrão dominante na internet que é o rolamento de cima para baixo. Apesar disso, é uma interação "fluente", pois não demanda esforço de aprendizagem por parte do leitor-usuário, sendo intuitiva e facilmente identificável pelas setas direcionais nas laterais da composição.

Com relação à composição, não temos apreensão imediata do conteúdo todo, fenômeno comum nos ambientes virtuais, sendo difícil para o leitor estimar o quanto de tempo e atenção precisará dedicar para ler tudo. Para mitigar a questão, há uma barra no topo do conteúdo que é preenchida de acordo com o avanço do leitor. Essa interação é "fluente" e/ou "cognitiva", pois a percepção

⁴⁵ "Animated storybook" (NIEMANN, 2014), tradução nossa.

dessa barra (um traço branco e sem rótulos) como representação de posicionamento dentro da narrativa pode não ficar clara para alguns leitores, que terão que aprender a sua função durante a leitura. As animações em *loop* colaboram para que o "livro animado" não fique estático enquanto o leitor não avança ao próximo passo da história. Embora o trabalho possua trilha sonora, o texto é escrito (não falado) e permeia as imagens numa dinâmica similar à das histórias em quadrinhos e livros infantis. Isso favorece, por um lado, a interação texto-imagem, ao permitir o entendimento básico da história mesmo sem a audição. Por outro lado, pode sugerir a interpretação, errônea, de que a trilha sonora não influencia na narrativa e pode ser descartada ou desligada.

A história documentada pelos vídeos e fotografias, se fosse possível descontar a imaginação do ilustrador, seria a de uma típica viagem de estrangeiro pelo Rio de Janeiro e Brasília. São visitados pontos turísticos como a praia de Copacabana, a vista da Pedra da Gávea no pôr do sol, o mirante no Morro Dona Marta, o comércio do centro da cidade, as casas de sucos naturais, o Maracanã, o CCBB, o Museu Nacional de Belas Artes, o Aterro do Flamengo, o Aeroporto Tom Jobim e a arquitetura em Brasília. Entretanto, a narrativa que se desenrola nos cartuns desenhados sobre esses registros é outra: o ilustrador alemão, em visita ao Brasil, conhece e faz amizade com o fantasma da Copa de 1950, que ainda assombra o presente. Como um guia turístico local, Maracanaço, o fantasma, sugere ao autor – apreciador de arquitetura – que vá a Brasília.



Figura 31 – Ilustração de Niemann sobre fotografia. Reprodução da internet (NYT).

O passeio pelo distrito federal torna-se pretexto para contar a tragédia do goleiro. De goleiro da seleção ("um dos melhores goleiros do mundo") à acusação de "culpado" pela derrota do Brasil em 1950 ("o homem que fez o Brasil chorar"), morrendo "sozinho e pobre", cinquenta anos depois. Através de intervenções sobre fotografias de marcos arquitetônicos da capital, o goleiro, como uma imensa sombra, interage com os edifícios em atitude furtiva ou sendo oprimido: preso ou esmagado pela arquitetura. A trilha sonora também se modifica: enquanto no Rio de Janeiro a música é suave, *easy-listening*, com elementos eletrônicos e tintas de bossa-nova; em Brasília ouve-se uma canção de viola folclórica.

A última etapa da história se passa no Rio de Janeiro e é um elogio aos *peladeiros* do Aterro do Flamengo. Na ilustração do Corcovado, o Cristo Redentor é substituído por um goleiro, também de braços abertos, numa metonímia visual com a "crucificação" de Barbosa (Fig. 32). O narrador desce do alto do Corcovado para os campos do Aterro, onde "garotos descalços" e "atletas que parecem saídos de um comercial" se misturam a trabalhadores de bares e hotéis, recém saídos do turno noturno, para jogarem futebol. Nesta etapa não há fotografias e os desenhos animados ganham cores brasileiras: verde, amarelo e azul. Por fim, há um breve vídeo, onde o ilustrador chuta em direção ao gol e dedica o trabalho à memória do goleiro Moacir Barbosa.

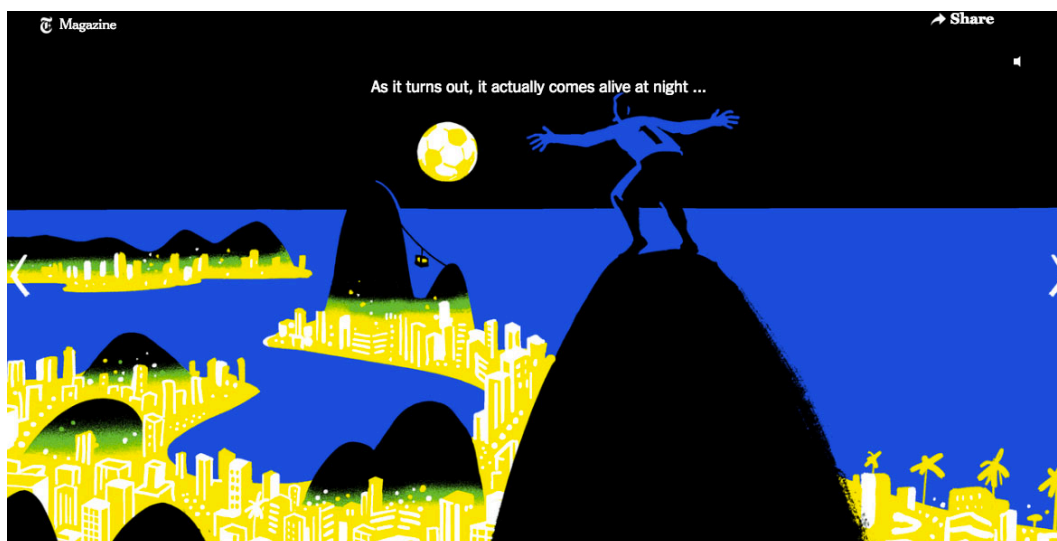


Figura 32 – Ilustração de Niemann. New York Times. Reprodução da internet.

Embora Brasília esteja associada ao futuro e ao moderno no imaginário brasileiro, na visão do ilustrador alemão nossa capital foi relacionada ao passado e

ao fracasso do Brasil em 1950. A arquitetura modernista é associada a caixotes de supermercado, ilustrações do goleiro enjaulado pelos prédios da capital remetem à iconografia da escravidão (Fig. 33) e a canção folclórica possui uma sonoridade que sugere uma voz ancestral, com gravação rústica e canto lamurioso. O goleiro Barbosa, sabemos, foi também vítima de racismo⁴⁶ e embora a questão não seja abordada explicitamente pelo texto, é sugerida nas imagens.

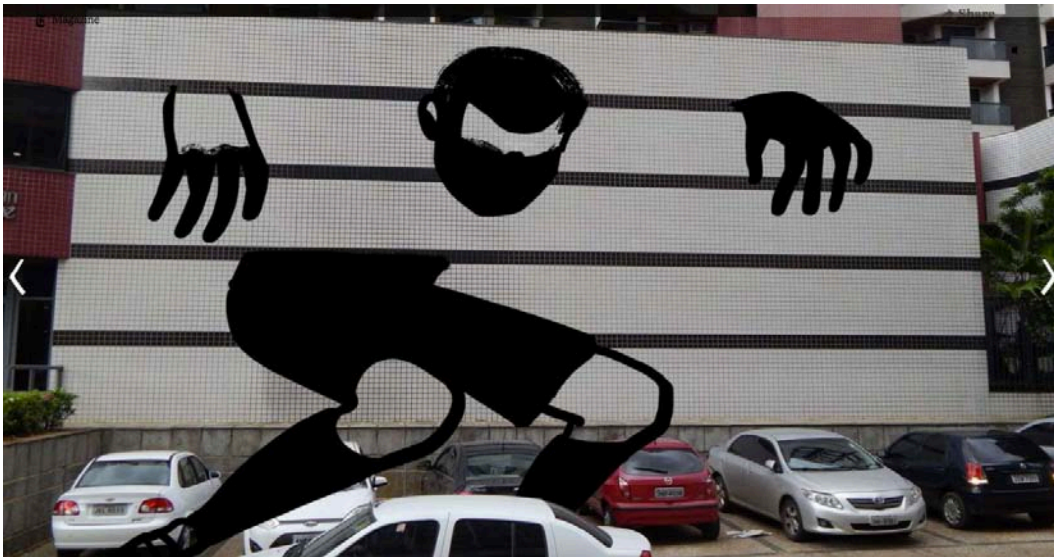


Figura 33 – Ilustração de Niemann sobre fotografia. New York Times. Reprodução da internet.

A experiência predominante durante a leitura é “uma experiência”, a experiência nomeável, com começo-meio-e-fim, como a de assistir a um filme. Aparte das interações mais mecânicas, como as de navegação, a história articulada pelo texto, com ilustrações, animações, músicas e fotografias, permite interações emocionais ao longo da leitura, passíveis de sensibilizar o leitor-usuário pela carga dramática dos temas contidos na narrativa (o racismo latente na biografia do goleiro Barbosa, por exemplo).

A interação com a trilha sonora ao longo da navegação é “fluente”, uma vez que o leitor não precisa ativar a música (ela é dada, como *default*). Em leitura conjunta às ilustrações e fotografias legendadas – essa interação pode promover “uma experiência” pela possibilidade de suscitar mudanças emocionais que acompanham o clima dramático da narrativa. A cena da derrota fatídica na final da Copa de 1950 é acompanhada de uma música instrumental que sugere suspense

⁴⁶ Após a derrota de 1950 difundiu-se no imaginário popular o preconceito de que goleiros negros tinham má sorte na seleção brasileira. Somente 56 anos depois o Brasil voltou a escalar um goleiro negro titular em Copa do Mundo, com Dida, em 2006.

e tensão. Durante as cenas que contam a trágica história do goleiro Barbosa, levado ao ostracismo, a música rústica e de textura abafada, pouco nítida para os padrões de gravação correntes, soa antiga. Juntamente com as ilustrações que fazem alusão ao racismo, podem ser associadas também à ideia de atraso – os problemas do Brasil dos anos 1950. Em contraste, a música suave, ágil e *bossanovesca* do trecho final da narrativa sugere uma sensação de resolução e modernidade – o próprio fantasma do Maracanazo reaparece representado como um amigo, divertindo-se com o protagonista, com quem divide caminhadas pela praia e água de coco. As discussões decorrentes das interpretações após a leitura do trabalho como um todo, aliadas à possibilidade de compartilhamento do *link* para o mesmo, podem possibilitar a geração de “co-experiências”.

"Um ano depois da Batalha do Centro Cívico"

Produzida pela Gazeta do Povo em 2016, a reportagem "Um ano depois da 'Batalha do Centro Cívico'"⁴⁷ é um trabalho especial que aborda a repressão do governo do Estado do Paraná ao protesto dos servidores em Curitiba, ocorrida no ano anterior. O texto da reportagem traz a contextualização do ocorrido e as fotografias e vídeos documentam a violência do evento, através do registro de ferimentos provocados pelas bombas e balas de borracha, e imagens à distância, de onde o leitor pode depreender o tamanho da multidão e das forças policiais reunidas. A infografia foi utilizada para destacar números factuais: a quantidade de manifestantes e policiais, bombas, balas e feridos. As cinco tiras de histórias em quadrinhos, uma para cada capítulo, recontam testemunhos daqueles presentes ao ato. Os dois primeiros são relatos de manifestantes – uma professora e um agente penitenciário. O terceiro é baseado no depoimento de um policial que atuou na segurança da câmara paranaense. O quarto se refere à visão do Deputado Romanelli, que estava dentro da câmara. A última história em quadrinhos traz o olhar de uma médica do Samu, que trabalhou no atendimento aos feridos.

O trabalho é dividido em sete partes: "Capa", "Início", "Adesões", "Acirramento", "O confronto", "A votação" e "O socorro", cujos links estão afixados numa barra que permanece acessível durante toda a leitura, permitindo ao leitor saltar entre capítulos. A navegação pelo conteúdo de cada capítulo se dá

⁴⁷ Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/especiais/batalha-do-centro-civico/index.jpp>

verticalmente pela barra de rolagem. Os quadrinhos e a galeria fotográfica, entretanto, apresentam leitura horizontal, em *loop*. A interação pelos menus e galerias de navegação é “fluente”, de uso intuitivo, pois os formatos são conhecidos e de uso corrente no repertório da internet.

A questão da verdade é central nesse trabalho. Quando ilustradores dramatizam o testemunho de terceiros, há risco de ficcionalização do jornalismo factual – no sentido de se entrar no terreno da fantasia, pelo exagero do desenho, ou, até mesmo, pela visão de mundo do ilustrador, com seus “pré” conceitos, impregnada ao relato alheio. Isto não seria problema na crônica e no jornalismo opinativo, mas mina a credibilidade de um trabalho com intuito informativo. Um exemplo que podemos trazer para ilustrar essa questão é o de trabalhos de reconstituição de crimes dramatizados por ilustrações e histórias em quadrinhos, que chegaram a experimentar sucesso popular pelo apelo sensacionalista, mas tiveram seu uso reduzido ao longo da profissionalização do jornalismo, justamente por esses motivos. A peça em análise, entretanto, está relacionada à ideia de jornalismo em quadrinhos. A opção por um traço com pinceladas grossas, expressivas, sugere um cuidado em contar a história sem *inventar* detalhes (Fig. 34). Ao deixar à imaginação do leitor detalhes desnecessários para recontar o relato, o ilustrador também evita comprometer o aspecto jornalístico do trabalho. Na terceira história, do “policial anônimo”, esse cuidado fica evidente. Sem feições faciais retratadas, o policial pode ser *qualquer* homem e não um sujeito específico, individualizado pelo desenho de sua face (Fig. 35).



Figura 34 – Quadrinhos de Robson Vilalba. Gazeta do Povo. Reprodução da internet.



Figura 35 – Quadrinhos de Robson Vilalba. Gazeta do Povo. Reprodução da internet.

O traço expressivo, com poucos detalhes, encaminha a imaginação a oscilar entre as lacunas do desenho e a realidade fotográfica. No primeiro capítulo há uma galeria de fotos, onde somos apresentados ao cenário da batalha, a praça na cidade de Curitiba, e vemos os manifestantes e os policiais. Quando da leitura dos quadrinhos subsequentes, a imaginação já está embebida desse universo fotográfico o que, de certa forma, retira do desenho a responsabilidade jornalística de descrever em minúcias o cenário e personagens envolvidos (Fig. 36).

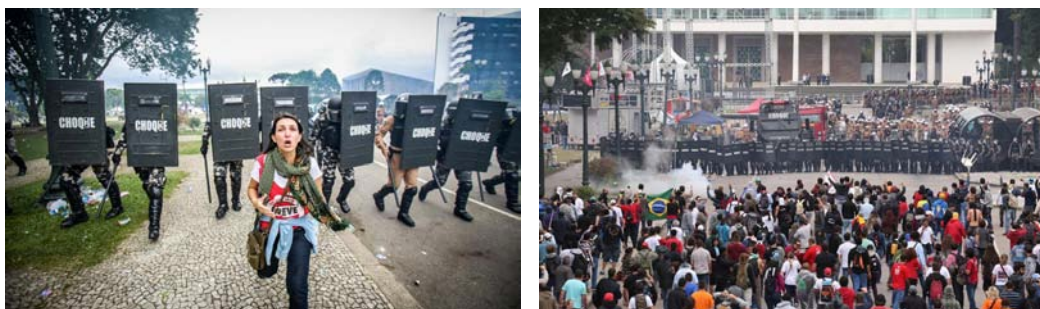


Figura 36 – Imagens da Gazeta do Povo. Reprodução da internet.

Durante a leitura das tiras em quadrinhos, alguns requadros se transformam em vídeos (Fig. 34 e 35). Essa interação, entretanto, pode ser primeiramente "cognitiva", uma vez que pode não ficar claro ao leitor, durante a primeira experiência, que alguns requadros se transformam em vídeo. Com o aprofundamento do uso da interface, o processo fica evidente e a interação "fluente". O cruzamento entre os relatos em quadrinhos – que trazem visões individuais dos personagens, um olhar desde o interior do evento – com os vídeos, registro audiovisual do jornalismo – o olhar público, externo ao ato – auxilia a

legitimar as memórias ilustradas, como uma prova documental de que aquelas cenas de fato aconteceram como recontadas.

As vozes dos servidores denunciam o excesso de violência e trazem perspectivas individuais que produzem caminhos para o leitor simpatizar com os manifestantes. Ao mesmo tempo, evita-se um engajamento contra a atuação dos policiais. A última testemunha, a médica, é neutra na "batalha" pois atua atendendo aos feridos. Ela termina por acentuar essa sensação de apaziguamento: "A gente via que nem os policiais estavam felizes em fazer aquilo". O relato do policial, anônimo, assim como os desenhos "sem rosto" dos policiais nos quadrinhos, contribuem para a sensação de negação de individualidade e engessamento hierárquico no trabalho das forças de segurança. Em dado momento ele diz que "via um jogo de cartas marcadas. Todos já previam o que ia acontecer." – o que sugere fatalidade. A visão mais crítica recai sobre os políticos governistas, que são retratados como "alheios ao clima de guerra" dentro da câmara, "rindo ou fazendo piadas, como em uma sessão normal." No geral, sobressai uma ideia de que a tarde foi "ruim" para todos: governo, policiais e servidores.

As experiências decorrentes da leitura oscilam entre "uma experiência" e a "co-experiência". As interações permitem interpretações diversas acerca da história relatada e alguns trechos, por retratarem situações de violência, por exemplo, evocam uma carga emocional mais intensa, podendo sensibilizar o leitor a comentar e compartilhar o conteúdo pelas redes sociais.

"Balanço do Brasileirão 2016"

O trabalho produzido pela equipe de arte do GloboEsporte.com é uma versão digital de uma pauta sazonal do jornalismo esportivo: a análise retrospectiva da campanha dos clubes ao final de cada temporada de Campeonato Brasileiro. "Balanço do Brasileirão 2016"⁴⁸ é essencialmente construído a partir de listas e, como tal, um banco de dados. Primeiramente, temos os resultados de cada time em cada uma das 38 rodadas, seus gols pró, contra, trocas de técnicos, número de jogadores utilizados e progressão cumulativa de pontos, projetados e tabelados em um gráfico de linha. Em seguida, temos outro gráfico linear com a trajetória da colocação de cada clube, rodada a rodada. Nos dois primeiros casos,

⁴⁸ Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/brasileirao-serie-a/balanco-do-brasileirao-2016/>

o leitor pode selecionar os clubes a serem visualizados, resultando numa projeção gráfica distinta, respectiva aos dados de cada time.

Por fim, temos três grandes tabelas que repetem dados anteriores, mas apresentados agora de maneira comparativa e estática (como imagem fixa): "Pontos acumulados", "Jogadores utilizados", "Técnicos" e "Gols pró e contra".

A interface gráfica que apresenta as planilhas de dados permite liberdade ao leitor no acesso aos dados. Dessa forma, a experiência de uso possibilita os três tipos de interação. Alguns comandos são interações "fluentes" – "escolha seu time", por exemplo, onde o clique de um escudo apresenta os dados do time equivalente. Outras interações são aprendidas durante a leitura e exploração da interface ("cognitivas"). Nesse caso, temos, por exemplo, a apresentação de dados específicos de uma partida ao passar o mouse ("hover") (Fig. 37) sobre a mesma, no gráfico "Clube a clube". Por fim, a possibilidade de permitir ao leitor criar o seu próprio recorte do banco de dados, no gráfico "Clubes comparados" (Fig. 38), visualizando e comparando apenas os times que escolher, é uma interação mais complexa e aproxima-se da "experiência expressiva" – embora não permita uma customização definitiva do conteúdo e, sim, a livre manipulação dentro da interface estipulada.

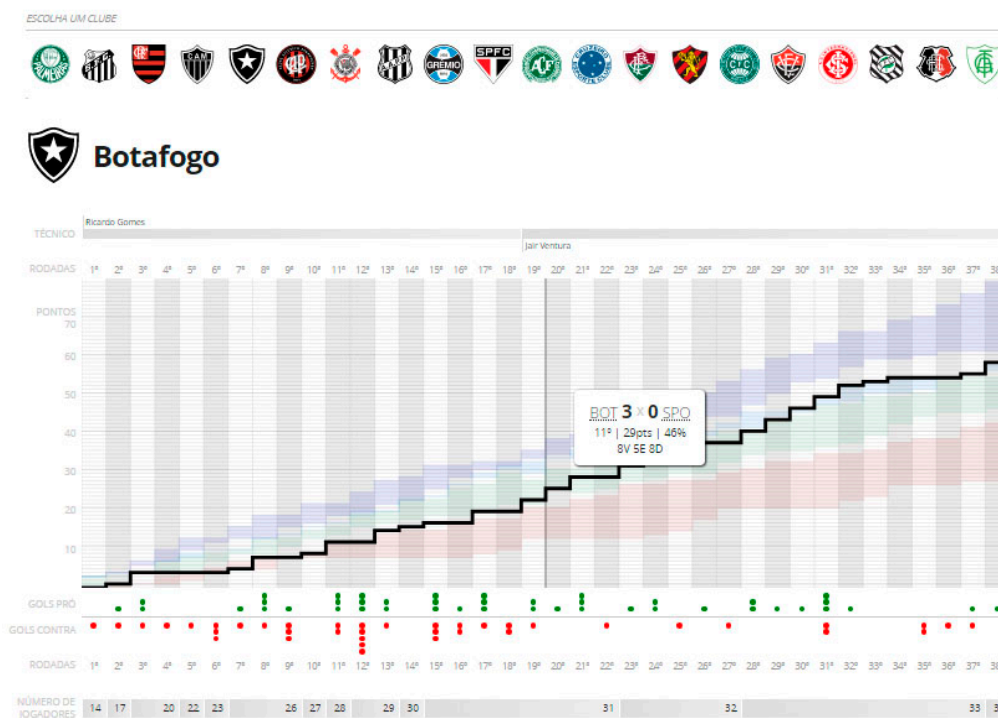


Figura 37 – Design de Alexandre Lage, Carlos Lemos, Fabio Penna e Mario Leite / Globoesporte.com. Reprodução da internet.

Histórias distintas podem ser extraídas da interpretação das trajetórias dos clubes. O caminho do Internacional, por exemplo, que liderou boa parte do início do campeonato e terminou rebaixado foi narrado em outros jornais como "Jogo dos 7 erros: como o inter foi de campeão e líder a rebaixado" (UOL, 2016) e "Dez anos após conquistar o mundo, Inter é rebaixado para a série B" (IG, 2016). Já o Botafogo, ao contrário, iniciou o torneio lutando para escapar do rebaixamento e terminou em quinto lugar, classificado para a Copa Libertadores da América, e teve sua campanha interpretada pelo Lance (2016) como "2016 foi a temporada que só acontece com o Botafogo".

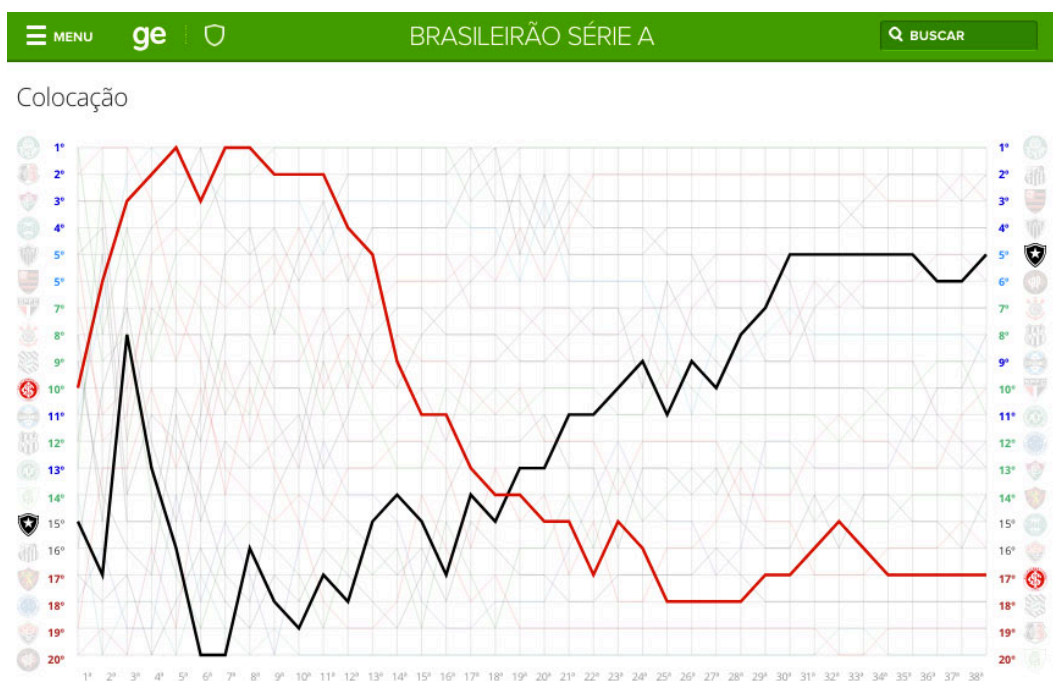


Figura 38 – Design de Alexandre Lage, Carlos Lemos, Fabio Penna e Mario Leite / Globoesporte.com. Reprodução da internet.

A edição dos dados estatísticos e o uso da infografia por vezes ensaja a sustentação de uma notícia, tal como um argumento esculpido graficamente de uma massa estatística bruta (dados), que auxilia na singularização do evento. No entanto, ao eleger uma história a ser destacada, as demais narrativas possíveis ficam em segundo plano ou são omitidas. No jornalismo impresso, por exemplo, fatores como o limite físico das páginas (carência de espaço para publicação) até o regionalismo imposto pela abrangência de distribuição, poderiam justificar a escolha pelo recorte em determinado clube e descarte das demais informações. No trabalho do GloboEsporte, ao contrário, não há uma só história destacada em

detrimento das demais. Todas as "histórias" possíveis dentro do banco de dados do campeonato brasileiro se mantêm "vivas" (acessíveis), já que as informações completas, ainda que não prontamente visíveis, estão disponíveis para manipulação, recorte e interpretação por parte do leitor-usuário.

Por outro lado, essas histórias implícitas nos gráficos e dados dependem do repertório do leitor. Como não há uma interpretação explícita dos dados por parte do conteúdo, associando-os ao repertório da cultura futebolística e ao imaginário popular, como nas manchetes exemplificadas, há a possibilidade de que o leitor não encare isso como uma narrativa – ou um *pool* de narrativas possíveis – sem elaborar a imaginação para além de gráficos numéricos e estatísticas. Nesse sentido, a experiência aqui, oscilará desde a "experiência", simples, à possibilidade de "co-experiência", quando o leitor-usuário depreende dos dados uma história ou interpretação memorável, que o levará a comentar e compartilhar.

4.4. Considerações sobre a inserção da ilustração nas narrativas interativas digitais

Os criadores de narrativas ilustradas para as novas mídias precisam estar atentos para evitar a transposição irrefletida de formatos da cultura impressa, cinematográfica e televisiva ao suporte eletrônico. O ambiente digital, mesmo sendo capaz de reinterpretar as linguagens culturais desenvolvidas em tecnologias que o precederam, resulta numa experiência de leitura, navegação e apreciação distinta. A impossibilidade de uma compreensão holística dos conteúdos projetados para leitura-visualização em suportes digitais, como no caso dos conteúdos ilustrados analisados, é fator importante nessa mudança de percepção.

Corroborando com Manovich, mesmo que projetados para estarem contidos em uma mesma unidade (um conteúdo-objeto digital com começo, meio e fim), essa unidade ainda assim será uma *janela* dentre várias janelas possíveis de serem acessadas em uma plataforma digital. Não se pode esperar uma dedicação imersiva como ocorre na cultura tipográfica (leitura individual silenciosa) e na cinematográfica (a sala escura, espectador imóvel). Talvez a experiência mais próxima seja a da televisão: fruição fragmentada, interrupções comerciais, saltos aleatórios (troca de canais; hyperlinks) e a possibilidade de realizar conversas paralelas durante a transmissão. Os desenhos com animações em *loop* parecem atender a essa dinâmica, assim como a divisão do conteúdo em pequenas unidades

"consumíveis" tela a tela, permitindo ao leitor-espectador-usuário fazer um percurso de apreciação com interrupções e idas e vindas, sorvendo o trabalho aos poucos, sem dedicação exclusiva. Ao contrário do design predominante nas plataformas digitais, que alinha verticalmente textos e imagens em bloco, separando-os, a conjunção de texto e imagem dentro de um mesmo requadro fixo, como ocorre nos quadrinhos (Batalha do Centro Cívico), na infografia (Balanço do Brasileirão) e nas composições-colagem de desenhos, fotos e texto (crônica sobre o Maracanaço) apontam caminhos para realizadores interessados em explorar o potencial da relação texto-imagem nas novas mídias.

Com relação à observação das tipologias de Forlizzi e Battarbee nos trabalhos analisados, idealmente as interações básicas de navegação devem ser o mais "fluentes" possíveis, sob o risco de atrapalharem a consecução de interações "expressivas" e a realização de "co-experiências". Dificuldades desnecessárias resultantes de interações "cognitivas" incidentais – que requerem aprendizagem pelo uso recorrente – colocam uma carga cognitiva extra ao leitor-usuário, fator que impacta a apreciação de um trabalho narrativo ilustrado no meio digital, especialmente em comparação com a experiência de leitura na página impressa, onde esse risco inexistente. Ou seja, na página digital o leitor corre o risco de ter que enfrentar uma resolução de problema de manuseio e orientação antes mesmo de iniciar a leitura, gastando energia e atenção que poderia dedicar aos "problemas" intrínsecos à decodificação (fruição/apreciação) do texto e da ilustração.

Embora não sejam favoráveis à narrativa, os bancos de dados são o idioma da cultura computacional e a criação de interfaces pelo design e ilustração pode facilitar a concepção de narrativas a partir de listas. A interação texto-imagem (e música) em narrativas ilustradas naturalmente permite a produção de sentidos ao leitor que explora os seus espaços, gerando interpretações variadas e experiências que envolvem mudança de estado emocional e associações na memória pessoal. Aliar esse repertório às possibilidades de interações "expressivas" – como em trabalhos que permitem recorte e *input* de dados por parte do leitor, pessoalizando-os –, potencializa a chance de experiências compartilhadas ("co-experiências"), especialmente considerando a normalização do convívio *virtual* na cultura, pela difusão de *links* e trocas de comentários em fóruns e redes sociais.

A observação de trabalhos curtos como estes (embora longos para o jornalismo) nos permitiu a identificação de algumas dificuldades e possibilidades

técnicas para a comunicação do conteúdo, o que nos leva a imaginar (e questionar) as oportunidades decorrentes dessas misturas de linguagens na realização de obras com pretensão artístico-literárias para fruição em plataformas digitais. Estudos posteriores são necessários para compreender os desdobramentos desses fenômenos. No próximo capítulo, realizaremos nossa pesquisa de campo, entrevistando ilustradores brasileiros e perguntando a eles, como veem a inserção da ilustração nos *smartphones*, assim como o futuro de sua profissão.

5. O olhar dos ilustradores sobre o futuro da ilustração jornalística

Ninguém sabe ao certo como é que você escolhe a profissão. Eu, por exemplo, ia ser arquiteto, dava pra isso. Meu pai, não sei porquê, queria que eu me formasse em arquitetura. Sabe como é pai e mãe, não é? Queriam que eu casasse, que fizesse tudo certinho. Eu, então, pra fazer a vontade do meu pai, me matriculei na Escola de Belas Artes em 1927. Ele não quis que eu fosse negociante, tivesse dinheiro, não. Ele tinha uma visão bem mais avançada. E tenho quase certeza de que foi por isso que eu abusei da liberalidade dele. Fiquei na ENBA até o quarto ano. Papai ficou triste quando abandonei. Olha, papai, não adianta – expliquei a ele. Mas também eu já estava desenhando. Quando comecei a levar meu dinheiro pra casa e a não pedir mais dinheiro pra comprar sapato... papai gostou muito, coitado, ficou todo satisfeito.

Nássara, em *Nássara: o perfeito fazedor de artes*, 1999

5.1. Pesquisa de campo: levantamento de dados com ilustradores e editores

O primeiro movimento em relação ao campo se deu através de **entrevistas exploratórias** com ilustradores que realizam diferentes tipos de trabalhos na rotina jornalística da Editoria de Arte: ilustração, artes-gráficas, infografia, cartunismo ou caricatura. Essas entrevistas serviram de base para explorarmos dúvidas iniciais quanto ao recorte que faríamos posteriormente na pesquisa. Questões desconhecidas ou não encontradas durante a revisão bibliográfica foram observadas e levantadas.

Uma grande parcela desse material inicial alimentou a discussão proposta no Capítulo 3, sobre o ilustrador na rotina produtiva do jornalismo, por trazer diferentes especificidades da profissão em relação ao Jornalismo e ao Design. Posteriormente, optamos por chamar essas especificidades de “posicionamentos” possíveis para o cargo de “ilustrador”, uma vez que a designação “ilustrador” se tornou abrangente e vaga no trabalho jornalístico – aspecto já observado na pesquisa de Gilmar Hermes (2005).

A construção de um roteiro prévio para as entrevistas acompanhou os objetivos específicos da pesquisa e refletiu o momento de descobertas e dúvidas que se apresentavam. O que é considerado ilustração na prática jornalística? Como é sua relação com jornalismo? O ilustrador se vê como jornalista? Tem noções de jornalismo? Como é o fluxo de trabalho na produção multiplataforma?

Como os ilustradores veem as possibilidades de produção para publicação em *smartphones*? O que pensam do futuro da profissão?

Uma breve digressão: tendo trabalhado como ilustrador em redação de jornal antes de iniciar a pesquisa científica no mestrado, naturalmente tinha meus conceitos oriundos da experiência profissional no meio. Sempre considerei nítida a diferença entre ilustração e infografia – que são, ainda, diferentes do trabalho do desenho de humor. Também era claro, em meus conceitos, que um mesmo profissional **ilustrador** pode desenvolver diferentes competências e atitudes em momentos específicos da rotina de trabalho, experiência que eu mesmo havia vivenciado. Deveríamos, então, eliminar os infografistas (que não fazem *ilustração*) da pesquisa? E os cartunistas e chargistas, deveríamos entrevistá-los ou ignorá-los? Mas não eram todos ilustradores em algum momento de sua rotina e prática de trabalho? Não eram *ilustradores* em seus crachás e contracheques? Teorizar sobre a profissão a partir da própria vivência é diferente de tentar aferir uma percepção do campo e buscar encontrar espaços de consenso nos conceitos e práticas profissionais. Assim, o contato com os colegas foi importante para evitar impor ideias pessoais como uma verdade generalista acerca do trabalho de ilustração. Para determinar o que é ilustração jornalística e quem é ou não é ilustrador, optamos por perguntar ao campo: o que os colegas tinham a dizer? Como eles se posicionam? Deste confronto de ideias com profissionais de gerações e posicionamentos diversos, surgiram indícios de múltiplas possibilidades entre as vivências, conceitos e práticas dos ilustradores. Tais achados iniciais motivaram a realização da segunda etapa da pesquisa de campo, com maior abrangência geográfica e volume quantitativo.

A primeira rodada de entrevistas aconteceu em julho de 2016, com cinco ilustradores com os quais havia trabalhado na Editoria de Arte do jornal O Globo. Essa proximidade foi importante pelo acesso e confiança junto aos profissionais, no momento de estruturação da pesquisa onde havia a necessidade de se realizar entrevistas mais longas e, possivelmente, cansativas. Além disso, ter um conhecimento prévio do tipo de trabalho realizado pelos colegas dentro da prática da ilustração jornalística facilitou a seleção de perfis iniciais com uma variedade inicial mínima dentro do cargo “ilustrador” de jornal. Eram também profissionais que possuíam extensa experiência no campo e haviam vivenciado momentos de

rupturas tecnológicas, como a informatização das redações e o os esforços iniciais de jornalismo *online*.

As entrevistas observaram metodologia proposta por Eva Maria Lakatos e Marina Marconi (2003, p.195) em “Fundamentos de Metodologia Científica”. Apesar de utilizar um roteiro prévio, a condução das mesmas buscou deixar os entrevistados falarem e encadearem pensamentos em diversas direções sendo, portanto, **entrevistas semiestruturadas**, aproximando-se da descrição das autoras para a entrevista **focalizada**:

Há um roteiro de tópicos relativos ao problema que se vai estudar e o entrevistador tem liberdade de fazer as perguntas que quiser: sonda razões e motivos, dá esclarecimentos, não obedecendo, a rigor, a uma estrutura formal. (Lakatos & Marconi, 2003, p. 197).

Este formato permitiu explorar dúvidas de abordagem, pois poderíamos explicar melhor uma pergunta e testar como conceitos da prática profissional seriam compreendidos nas conversas com os pares, além de “repetir ou esclarecer perguntas, formular de maneira diferente; especificar algum significado, como garantia de estar sendo compreendido” (Lakatos & Marconi, 2003, p. 197). Como a segunda etapa seria realizada pela internet e com ilustradores com os quais o pesquisador não tinha convívio, aferir a clareza de linguagem e precisão dos conceitos foi fundamental para a construção do questionário online e a condensação das perguntas abertas.

Ilustrador entrevistado	Data	Local	Tempo de entrevista
André Mello	8/7/2016	Rio de Janeiro	1h12min
Paulo Cavalcante	11/7/2016	Rio de Janeiro	1h14min
Alessandro Alvim	13/7/2016	Rio de Janeiro	44min
Glauco da Cruz	15/7/2016	Rio de Janeiro	1h42min
Lula Palomanes	15/7/2016	Rio de Janeiro	1h42min

Tabela 4 – Entrevistas exploratórias realizadas na primeira etapa da pesquisa de campo.

Após as entrevistas exploratórias, ficou claro que muitos tópicos seriam melhor aproveitados e investigados por questionário, gerando conteúdo quantitativo para a pesquisa. Assim, nos concentramos apenas em aspectos qualitativos fundamentais para os objetivos específicos nas perguntas abertas.

Outro fato, que nos ajudou a repensar a estratégia e quantidade de perguntas, foi o encontro fortuito com a pesquisa, sobre os ilustradores de revistas

ilustradas do início do século XX, do historiador Pedro Krauser Ribeiro. Seu artigo "Os 'profissionais do lápis': o ofício dos caricaturistas e o movimento operário da Primeira República através das charges de O Malho", publicado no livro "O mundo do trabalho nas páginas das revistas ilustradas" (2015) e apresentado no seminário, organizado pela Fundação Casa de Rui Barbosa, "Quem quer ler jornais de ontem?" (2016), analisa o trabalho a partir do resgate de entrevistas publicadas no Jornal do Brasil, entre 1920 e 1924, realizadas com os principais ilustradores da imprensa brasileira de então. Particularmente interessante foi observar como um número reduzido de perguntas pôde descrever tão ricamente o ofício do ilustrador, contribuindo para a compreensão da profissão, quase cem anos depois. Segundo Ribeiro:

Anos mais tarde, já na década de 1920, Gastão Penalva publicou no Jornal do Brasil duas séries de entrevistas feitas com alguns caricaturistas das revistas ilustradas, intituladas "A caricatura no Brasil", publicadas em 1920 e 1924. Essa documentação é interessante, pois nos ajuda a pensar na "identidade profissional" desses humoristas gráficos da "grande imprensa". Segundo Dubar, o reconhecimento de um ofício não se reduz às trocas econômicas de um salário, possuindo uma dimensão simbólica, que dá sentido à vida dos indivíduos dentro de um grupo profissional, promovendo uma "realização de si" e o "reconhecimento social" da sua atividade. Portanto, tais depoimentos são suportes autorreferenciais para avaliarmos a percepção dos caricaturistas sobre a sua carreira, sobre seu papel social e a forma como queriam construir publicamente a sua profissão, no caso, para os leitores das entrevistas. (...) As perguntas foram basicamente as mesmas, excetuando-se algumas modificações de palavras e de uso de pronomes pessoais: "Onde e quando se iniciou na caricatura?", "Qual o mestre e qual escola que mais tem influído na sua carreira artística?", "Qual a sua opinião sobre caricatura antiga e moderna no Brasil?" e, por fim, "Que pensa da ação da caricatura sobre nossa organização política e social?". (Ribeiro, p.89-90, 2015).

Para a segunda etapa da pesquisa, elaboramos uma estratégia integrada, composta de entrevista com poucas perguntas abertas (levantamento qualitativo), e questionário online (levantamento quantitativo) para serem enviados por e-mail a ilustradores selecionados. As perguntas abertas foram definidas a partir de uma redução do roteiro das entrevistas exploratórias, com foco nos temas fundamentais para a nossa pesquisa.

	Pergunta	Objetivos específicos da pesquisa atendidos
A	Como você definiria, pela sua experiência profissional, a função da ilustração jornalística?	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar funções da ilustração e sua contribuição ao produto jornalístico ("para que serve?"); • Compreender como o campo profissional (os ilustradores) percebem a ilustração dentre os gêneros iconográficos do jornal ("O que é?").

B	Consideremos duas relações de trabalho distintas: o ilustrador que trabalha presencialmente na Editoria de Arte da Redação – diariamente ao lado de outros ilustradores, infografistas, designers e jornalistas –, e o ilustrador que trabalha remotamente – sem obrigação de estar na Redação, desenvolvendo seus trabalhos a partir de encomendas por e-mail e teleconferências, por exemplo –, como você vê os prós e os contras da experiência do ilustrador de jornal em cada uma dessas situações/ambientes, na sua percepção?	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar e compreender como o ilustrador se insere nas rotinas produtivas do jornalismo hoje.
C	Como ilustrador, como você vê a inserção da ilustração nas versões mobile dos jornais para leitura em smartphones?	<ul style="list-style-type: none"> • Refletir sobre aspectos do design, layout e composição na produção e apreciação da ilustração; • Compreender problemas técnicos e metodológicos presentes na produção e experiência da ilustração em <i>smartphones</i>;
D	Na sua atuação como ilustrador, como é sua relação com editores, designers e jornalistas, no processo de concepção e realização de projetos que envolvam ilustrações?	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar e compreender como o ilustrador se insere nas rotinas produtivas do jornalismo hoje; • Refletir sobre aspectos do design, layout e composição na produção e apreciação da ilustração;
E	Como você vê o futuro da profissão de ilustrador na indústria jornalística?	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar e compreender como o ilustrador se insere nas rotinas produtivas do jornalismo hoje;

Tabela 5 – As cinco perguntas abertas para a segunda etapa da pesquisa de campo.

O roteiro para elaboração do questionário foi construído de acordo com a metodologia proposta por Lakatos e Marconi (2003). Estabelecemos 10 a 12 temas relacionados aos nossos objetivos de pesquisa, com duas a três perguntas por tema, de maneira a não tornar o questionário enfadonho para o entrevistado, evitando um alto número de evasões. O questionário possui 33 itens possíveis, com um mínimo de 27 itens a serem respondidos. O roteiro visou levantar dados estatísticos quantitativos. Ainda assim, sempre que possível foi disponibilizada a opção "Outro(a)" para acomodar repostas que fugissem às opções apresentadas. O questionário online foi construído na plataforma "Google Forms" por ser de uso gratuito e de fácil manuseio, atendendo às necessidades da pesquisa. Permitia, entre outras coisas, que o roteiro se ramificasse dependendo da resposta do entrevistado, fator importante para poupar perguntas desnecessárias (Apêndice 1).

O critério de seleção de convidados para participar da pesquisa foi o de buscar profissionais cujo cargo ou título fosse "ilustrador" e que atuassem no jornalismo diário, não importando se como funcionário de empresa jornalística ou

como *freelancer*, colaborando remotamente e eventualmente. Como dito anteriormente, não excluímos de antemão um ilustrador "infografista" ou "chargista" dos possíveis entrevistados. Deixamos a critério do próprio profissional a responder se ele também se posiciona como "ilustrador". Como esperado, alguns declinaram de participar por não julgarem que seu trabalho se enquadrasse como "ilustração." Não restringimos convites pelo tempo de experiência profissional ou por critérios como prêmios. Foram convidados tanto ilustradores renomados, como ilustradores iniciantes e veteranos de perfil discreto. Procuramos escutar a opinião do maior número de ilustradores do jornalismo possível.

A abordagem dos profissionais foi feita por e-mail e pelas redes sociais. Ilustradores com site profissional e contato público foram localizados. Utilizamos também o *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* para contato. Um primeiro convite foi feito por mensagem. Em caso de aceite, um e-mail era enviado com as perguntas abertas (levantamento qualitativo) e um *link* para o questionário (Apêndice 2). Caso o entrevistado preferisse, oferecíamos a possibilidade de um encontro presencial ou conferência por vídeo. Os convites ocorreram entre 6/2/2017 e 11/5/2017. O questionário online foi aberto em fevereiro de 2017 e recebeu respostas até agosto de 2017, quando foi encerrado.

Encerrado o período para colaborações, descartamos os dados dos ilustradores que terminaram por não responder por completo nem as perguntas abertas, nem o questionário. Aqueles que responderam a um dos conjuntos de perguntas foram mantidos.

Foram convidados 106 profissionais, dentre ilustradores e editores de arte, de 16 estados brasileiros. Desses, 83 acenaram positivamente ao convite. Ao final, 40 responderam ao questionário e 31 às perguntas abertas da entrevista e questionário. Do total de respostas, 33 foram realizadas por e-mail, 6 pessoalmente e 1 via *Skype*.

5.2. Apresentação dos dados quantitativos – Questionário

Perfil

Obtivemos uma taxa de respostas ao questionário de 37,7%. A média de idade dos respondentes foi de 41,8 anos e o tempo de experiência médio, 16,5 anos. A maioria era do sexo masculino, com formação em Design ou Comunicação Visual e atuando sob o cargo de "Ilustrador". Buscamos contatar ilustradores com ampla diversidade de perfil e localização geográfica, mas, ainda assim, obtivemos

uma grande concentração de respondentes na região Sudeste, assim como pouca representação feminina. Estudos que fogem à nossa pesquisa seriam necessários para determinar o quanto esses dados refletem um perfil geral do campo e o quanto as peculiaridades da nossa pesquisa contribuíram para essa distorção.



Figura 39 – Perfil dos ilustradores respondentes

Onde trabalham os ilustradores que responderam o questionário



Figura 40 – Abrangência geográfica da pesquisa pelos jornais dos ilustradores

Analisando a relação e o ambiente de trabalho, podemos verificar, como sugerido pela literatura e entrevistas exploratórias, que o ilustrador que não atua também como infografista, nem cartunista, se tornou minoria. Embora, no quadro geral, a maioria dos ilustradores seja empregada pela CLT (55%), fixos na redação (52,5%), o detalhamento mostra que a maior parte atua também como

infografista, 19 em 22 respondentes, ou 86%. No trabalho *freelancer* predominam os ilustradores que são também cartunistas.

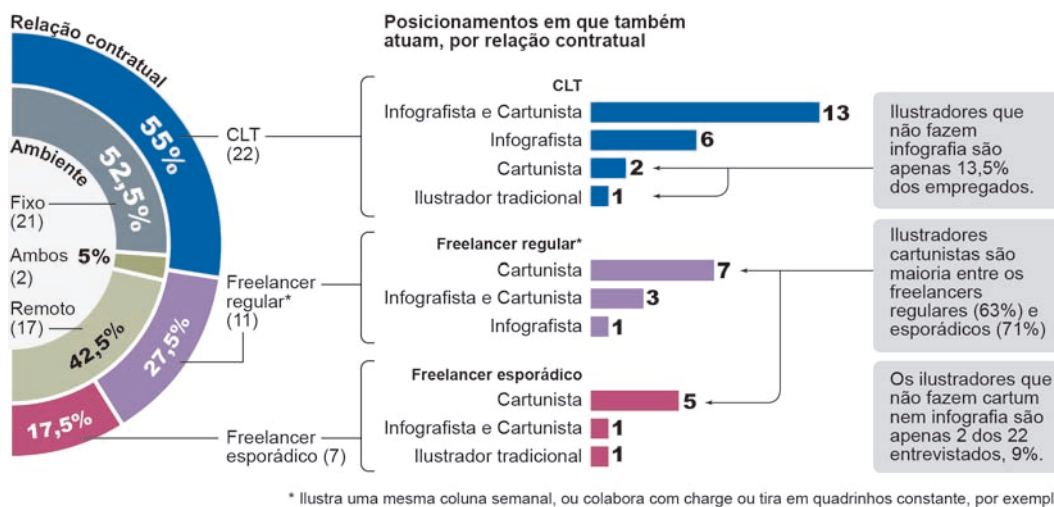


Figura 41 – Relação, ambiente e posicionamentos no campo de trabalho

Participação do ilustrador na composição das equipes de Arte em redação

Para investigar a tendência da diminuição de vagas para ilustradores nas redações, identificada na primeira parte da pesquisa, buscamos mapear as equipes nos departamentos de arte, solicitando aos respondentes que trabalham presencialmente a listar o perfil profissional de seus colegas. É importante observar que há dados que sugerem que a pergunta possa ter sido mal compreendida, onde ilustradores responderam enumerando profissionais de *toda* a “redação,” não *apenas* da “editoria de arte.” Nota-se número muito elevado de jornalistas em três respostas. Não foi possível aferirmos individualmente se houve discrepância na interpretação do item.

Apesar disso, é possível perceber, analisando a participação dos profissionais que realizam ilustração, que o ilustrador dedicado *somente* à ilustração tornou-se minoritário ou inexistente nas redações. Profissionais polivalentes, que também realizam trabalhos de infografia e cartunismo na rotina, têm mais presença nas equipes.

O perfil das equipes de arte

Perfil/Posicionamento	Jornal EXTRA	Zero Hora	Jornal do Comercio	O Globo	Diário de Pernambuco	A Gazeta do Povo	O Pioneiro
Ilustrador	-	3	2	2	-	-	-
Chargista/Cartunista	-	3	3	1	2	-	1
Ilustrador-Infografista	4	2	2	5	4	1	1
Infografista	-	4	6	3	-	2	1
Jornalista	-	-	-	1	-	-	20
Designer gráfico	-	4	8	6	5	3	2
Designer de Web/Interação	-	1	2	2	-	2	1
Videografista/Audiovisual	-	-	4	-	5	-	2
Programador/TI	-	2	-	4	1	2	1
Outros	4	-	2	-	-	-	20
% de Ilustradores	0%	15%	10%	8,3%	0%	0%	0%
% de profissionais que fazem ilustração	100%	42%	24%	33%	35%	10%	4%

Perfil/Posicionamento	Diário do ABC	A Tribuna do Norte	Correio Braziliense	Folha de São Paulo	Estado de Minas	Tribuna de Minas
Ilustrador	2	-	3	1	3	-
Chargista/Cartunista	2	1	2	1	2	1
Ilustrador-Infografista	1	-	4	3	2	-
Infografista	1	-	-	1	-	1
Jornalista	-	20	-	2	-	20
Designer gráfico	-	4	3	-	-	2
Designer de Web/Interação	-	-	-	-	1	1
Videografista/Audiovisual	-	1	-	-	-	1
Programador/TI	3	3	-	-	-	2
Outros	-	10	-	6	-	8
% de Ilustradores	22%	0%	25%	7,1%	37,5%	0%
% de profissionais que fazem ilustração	55,5%	2,5%	75%	35%	87,5%	2,7%

Ilustrador que não atua nem como cartunista, nem infografista
 Posicionamentos que também criam ilustrações

Figura 42 – As equipes de arte nas redações

O trabalho em redação

Entre aqueles que trabalham presencialmente na redação, foi observado um envolvimento com atividades paralelas ligadas ao design, como a diagramação e a adaptação de conteúdo externo. Com relação à participação nas decisões, nota-se o desejo de maior inserção: enquanto a maioria (57%) não participa das reuniões de pauta, uma parcela ainda maior (85,5%) acredita que o ilustrador deveria participar.

Na redação, você realiza cotidianamente outros trabalhos além da ilustração?

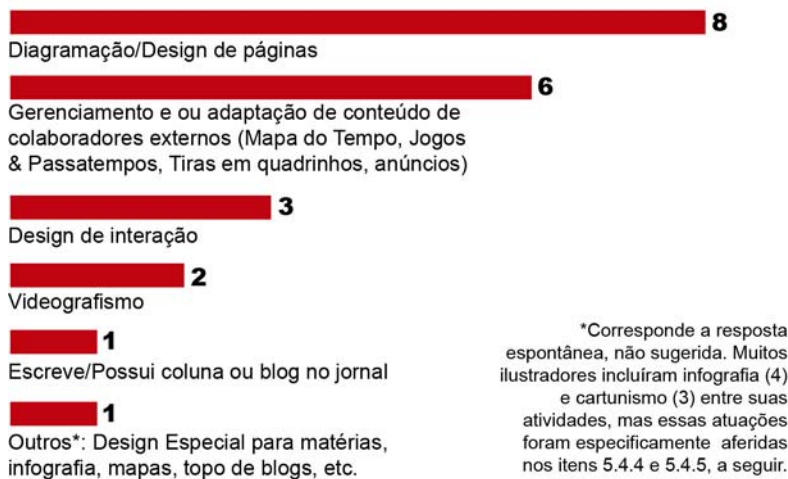


Figura 43 – Trabalhos realizados pelo ilustrador além de ilustrar

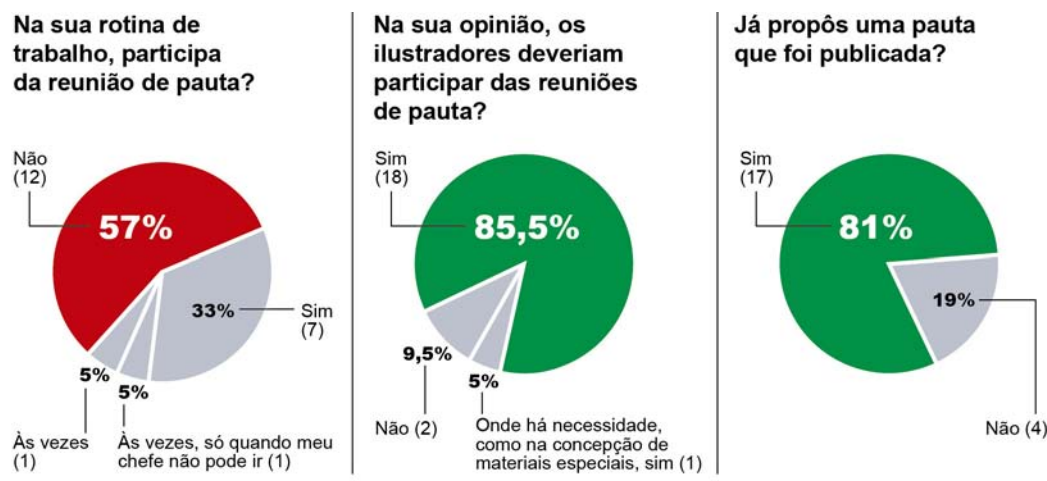


Figura 44 – Participação do Ilustrador nas decisões e sugestões de pauta

Ilustração e Cartunismo

Confirmando a percepção do cartunismo na imprensa como atividade irmanada da ilustração, 77% dos ilustradores afirmam também atuar como cartunistas. Desses, 80% escrevem o próprio roteiro de suas charges, cartuns e quadrinhos.

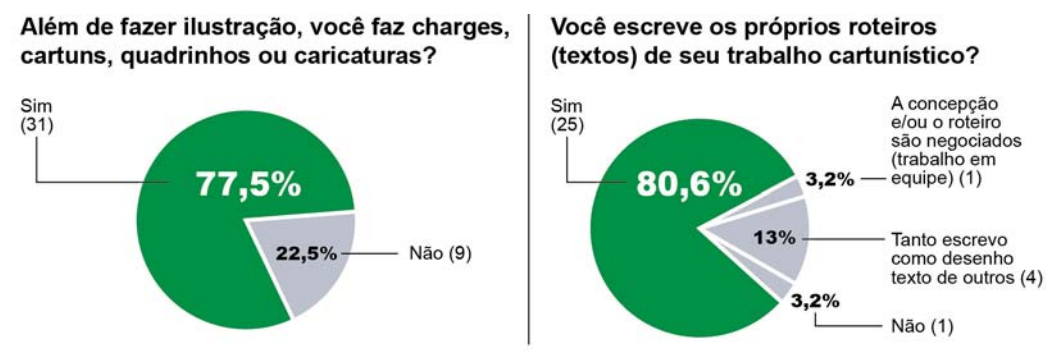
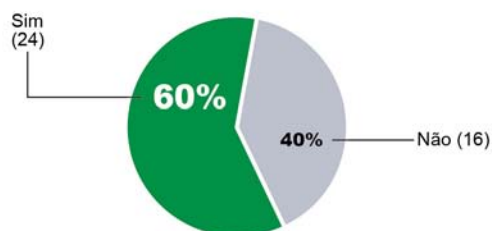


Figura 45 – Relação do ilustrador com o Cartunismo

Ilustração e Infografia

A maioria dos ilustradores (60%) também trabalha como infografista. Entretanto, nem sempre atuam ativamente na pesquisa e apuração dos infográficos.

Além de ilustração, você faz trabalhos de infografia?



Você é responsável pela apuração ou pesquisa dos infográficos?

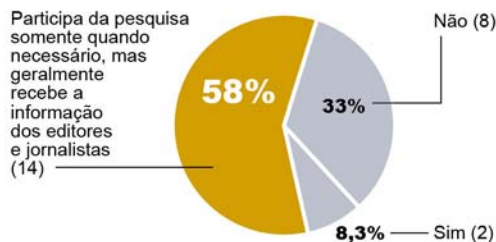


Figura 46 – Relação do ilustrador com a Infografia

Trabalho em equipe

A maioria, por margem pequena, (52,5%) prefere o trabalho em equipe.

Você prefere trabalhar sozinho ou em equipe?

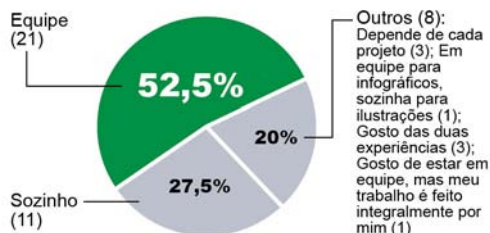


Figura 47 – Preferência por trabalho em equipe

Ilustração e Jornalismo

Uma pequena parcela dos respondentes afirmou se considerar jornalista (40%). Os demais se dividem entre a negativa e a ponderação (30% cada).

Você se considera jornalista?

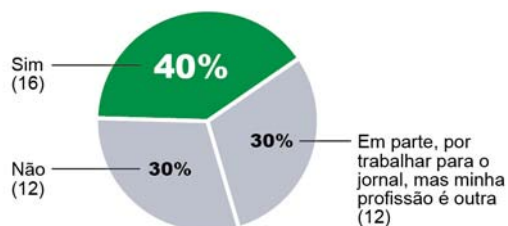


Figura 48 – O ilustrador se considera jornalista?

Ilustração para *smartphones* e jornais multiplataforma

Aqueles que já realizaram trabalhos interativos e/ou animados foram convidados a descrever “**como é a participação do ilustrador no processo criativo e na interação com os demais profissionais**”. A maioria sugere a necessidade de participação ativa do ilustrador nos processos (68%). Um entrevistado destacou a importância de conhecer os formatos: “tamanhos das ilustrações; viabilidade da interação; usabilidade.” Dois (10,5%) observaram a importância de também ser designer e/ou infografista. Um ilustrador destacou interagir “em todas as áreas do projeto, da programação à identidade visual.” Outro, afirmou “ilustrar, animar e programar.” Um terceiro, detalhou: “O ilustrador precisa pensar como construir sua imagem de modo funcional, ou seja, a ilustração precisa seguir uma série de restrições ou características para que ela se encaixe em área de clique, seja responsiva e siga padrões e formatos muito específicos. A ilustração em trabalhos interativos precisa levar muito em conta a dificuldade e o tempo para o desenvolvedor e a experiência do usuário.”

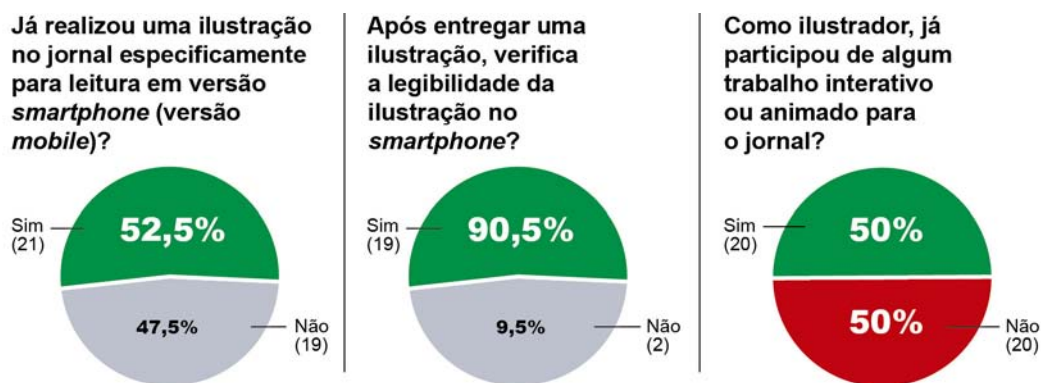
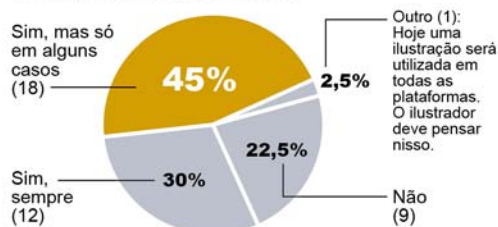


Figura 49 – Ilustração para a versão *mobile*, legibilidade e interatividade

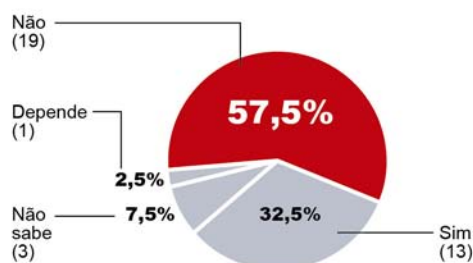
O restante dos respondentes (42%) relatou menos envolvimento. Isso se dá pela preferência por restringir sua participação e evitar envolver-se com outras etapas do desenvolvimento. Um ilustrador descreveu: “Sigo o protocolo o máximo possível para evitar retorno de trabalho, visto que a remuneração é mínima.” Outro: “Crio os bonecos e os intervalos. O animador faz o troço se mexer.” Ou então: “Separei as ilustrações em *layers* para ficar mais fácil na hora de animar, mas não participei da animação.” Essa interação mínima se dá por e-mail: “Ele manda o roteiro e eu desenho”.

As próximas questões procuraram compreender como se produz a ilustração nas versões para dispositivos móveis para *smartphones*. A primeira permite visualizar que o próprio ilustrador muitas vezes não sabe com certeza em que plataforma seu desenho será publicado. Essa informação só é passada a ele em 30% dos casos. Outro ponto foi averiguar a existência de um formato padrão ou template, relatado por ilustradores na pesquisa exploratória. A maioria (57%) afirma não lidar com ele. Cerca de um terço (32%) trabalham dentro desse formato.

Quando você é solicitado para uma ilustração, o jornal te passa informações sobre em que versões o desenho será utilizado – se será publicado no impresso, no online (desktop) e no mobile para leitura em smartphones?



No jornal em versão mobile/smartphones, existe um formato padrão (como um template) para o tamanho da ilustração?



Quando você desenha uma ilustração que sabe que será publicada em todas as versões do jornal (impresso, digital desktop e mobile), pensa em qual delas como prioridade?



Quando uma ilustração é adaptada de uma versão para outra do jornal (impresso para o digital, por exemplo), quem realiza o processo de adaptação?

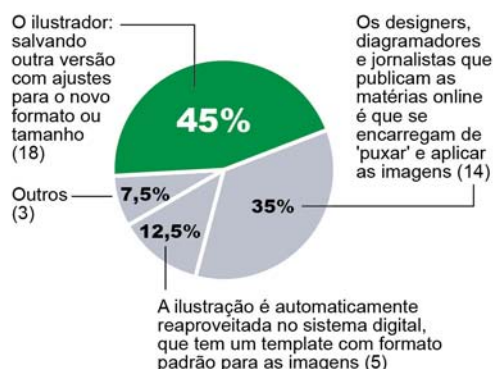


Figura 50 – Questões técnicas para ilustração em *smartphones* e multiplataforma

Importantíssimo observarmos que a grande maioria dos ilustradores ainda trabalha pensando no impresso prioritariamente (75%). Para essa questão de uma plataforma prioritária, uma resposta na opção aberta (“Outro”) vale registro, pois aponta para a complexidade dessa questão:

Depende do tipo de ilustração, o formato que eu priorizo tem mais a ver com o formato que a matéria ou reportagem tem como foco. Alguns especiais são feitos para navegar em *desk*, e a versão *mobi* é mais uma adaptação com menos recursos, então acaba que a imagem também é pensada mais para *desk*. O mesmo

acontece se o foco do conteúdo é o impresso. Mas de modo geral penso que a ilustração tem que funcionar para o *mobile* na maior parte das vezes.

Outro objetivo era entender quem é o responsável por publicar os desenhos nas versões *mobi*. Embora, na maioria das vezes, seja o próprio ilustrador a cuidar disso (45%), a diferença não é grande para os que relataram ter a ilustração aplicada por terceiros (35%). Se somarmos a esse grupo as publicações automatizadas, 12,5%, teremos 47,5% das ilustrações *não sendo aplicadas nem adaptadas* por ilustradores.

Imperativo digital de movimento

A maioria dos respondentes (72,5%) acredita que, sim, o meio digital favorece o movimento, seja em vídeo ou animação, sendo menos favorável à imagem estática, como a da ilustração tradicional. Apesar disso, destacamos que um quinto dos respondentes (20%) marcou a opção “*outro*,” preferindo especificar sua visão sobre a questão. Para 10% deles, isso depende da matéria ou contexto. Segundo um ilustrador:

Depende muito do contexto, se a imagem é apenas um elemento de apoio para o texto, ou decorativo não há necessidade de animar. Se a imagem tem uma função de informar algo que o movimento facilite a compreensão (Exemplo: Movimentos de um esporte). Pessoalmente, vídeos de animações exigem tempo de atenção exclusiva, prefiro imagens estáticas, pois sou eu que controlo quanto tempo invisto naquela informação.

Outro ilustrador ressaltou que ter conteúdo é o mais importante: “A mim interessa o recado. Uma bosta animada continua sendo uma bosta, só que animada”.

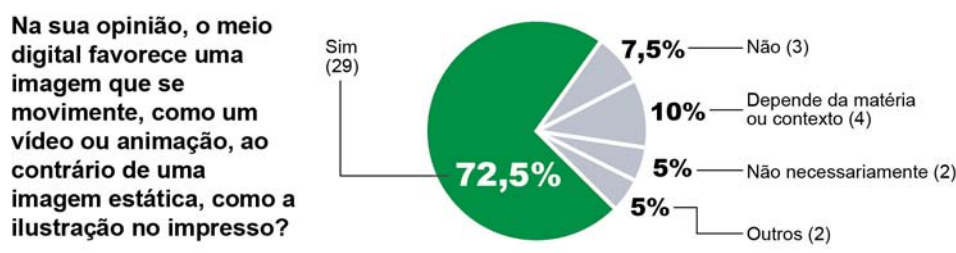


Figura 51 – O meio digital e a expectativa de uma imagem em movimento

Considerações finais dos respondentes

Ao final do questionário, os ilustradores foram convidados a deixar considerações, caso desejassem. Duas respostas destacaram a desvalorização da profissão: “A opinião relevante é que cada vez mais a ilustração perde espaço na imprensa, através de demissões ou mesmo de achatamento salarial, ocasionando a

desmotivação e conseqüente migração desses profissionais para outros meios.”; “O meio editorial deveria pagar melhor. Não somente jornais mas livros e revistas. Há 8 anos o preço de uma ilustração é o mesmo.”

Uma respondente disse que se posiciona profissionalmente como infografista:

Reiterando, sou infografista como função principal apesar de ter estagiado como ilustradora no mesmo jornal há alguns anos. Uso muito a ilustração no dia a dia da infografia, mas o meu trabalho é informar e facilitar a compreensão de dados enquanto meu trabalho como ilustradora era capturar a essência dos textos mais artisticamente ou comicamente com cartuns.

As demais opiniões convergiam para a importância da adaptação ao novo meio, suas possibilidades e vantagens para a ilustração.

Acho que o meio sempre vai definir formatos e estéticas da ilustração. Desde as paredes de pedra com pigmento natural representando uma caçada até um infográfico interativo numa tela de *smartphone*. A imagem como recurso narrativo parece que sempre se adapta. Talvez porque ser mais rápida do que o texto para ser compreendida, um atalho para a compreensão.

5.3. Apresentação e análise do material qualitativo – entrevista com perguntas abertas

Como referencial teórico para a codificação e análise das respostas às entrevistas com perguntas abertas, utilizamos o Método de Explicitação de Conteúdo Subjacente – MEDs, descrito por Ana Maria Nicolaci-da-Costa (2007) e utilizado por pesquisas em Design com material qualitativo, cuja leitura foi inspiradora. Notadamente, a dissertação de Tatiana Tabak, *(não) Resolução de (não) problemas: contribuições do Design para os anseios da Educação em um mundo complexo* (2012) e a tese de Rosana Ferreira Alexandre, *Colecionando experiências museais: a mediação com o público sob o viés do design* (2017).

O MEDS é um método exploratório qualitativo bastante interdisciplinar, desenvolvido para a pesquisa em psicologia clínica, que prevê a investigação aprofundada em contexto, amostras pequenas e flexibilidade de procedimentos e técnicas, com a especificidade de que trabalha com "material discursivo (...) aliado a uma concepção de que a língua em contexto – o discurso – desempenha um importante papel na construção social da esfera do psicológico." (Nicolaci-da-Costa, 2004).

O MEDS usa a língua em contexto, ou seja, o discurso, como via de acesso às características internas de homens, mulheres e crianças. Esta via de acesso é legitimada pela concepção de que, ao internalizarmos uma língua nos contextos em que ela é naturalmente usada, internalizamos todo um conjunto de conceitos, regras, valores, etc. que caracterizam uma determinada sociedade ou grupo

social. O corolário dessa afirmação é o de que, se o discurso constrói, o discurso também revela. Para que isso aconteça, é, no entanto, necessária a aplicação sistemática de todo um conjunto de procedimentos, guiados pelos princípios gerais ditados pelo método, a ser estabelecido em função do objetivo da investigação. (Nicolaci-da-Costa, 2004)

Alguns pontos de nosso processo foram alimentados pela metodologia do MEDS, com a qual compartilhamos os seguintes procedimentos:

- Entrevistas semiestruturadas – perguntas abertas – presenciais ou feitas por escrito via e-mail;
- *Settings* naturais ou informais para as entrevistas;
- Entrevistas-piloto; realizamos entrevistas exploratórias com o mesmo intuito de "testar a adequação do roteiro ao objetivo da pesquisa" e "treinar o entrevistador inexperiente" (Nicolaci-da-Costa, 2004);
- Convite feito da forma mais natural possível;
- Cuidado para evitar interrupções desnecessárias, deixando o entrevistado livre para se expressar na resposta aberta;
- Gravação de todas as entrevistas, mas evitando-se aparato tecnológico ostensivo que pudesse intimidar ou alterar a postura do entrevistado.

Essa proposta metodológica permite que se observe o surgimento de temas inesperados, a partir dos pontos de vista dos entrevistados nas repostas. Sem pré-estabelecer temas, observamos **recorrências** nos discursos das respostas, transformando-os em categorias. Eventualmente, os pontos de vistas tornam-se repetitivos, o que o MEDS define como ponto de **saturação**:

Por saturação da informação entende-se o fenômeno que ocorre quando, após um certo número de entrevistas, o entrevistador começa a ouvir, de novos entrevistados, relatos muito semelhantes àqueles que já ouviu, havendo uma rarefação de informações novas. (...) O MEDS parte do pressuposto de que qualquer característica linguística ou para-linguística que seja recorrente nos discursos dos participantes de uma pesquisa pode ser uma importante via de acesso a aspectos de nossa configuração interna – desejos, aspirações, conflitos, etc. – que nós próprios muitas vezes desconhecemos. Tal como a febre é um indicador de algo invisível (uma infecção), essas características recorrentes são indicadores de algo invisível que se quer tornar visível. (Nicolaci-da-Costa, 2004)

Após o término das transcrições das entrevistas e/ou organização do material escrito, a análise se deu em dois movimentos. Primeiro, procuramos **recorrências** no conjunto total de respostas – estabelecidas nas relações "inter-sujeitos" –, relacionando-as a cada item do roteiro. Em seguida, foi observado o conjunto de respostas de um mesmo entrevistado, encontrando recorrências entre

diferentes perguntas – "intra-sujeitos". A partir da interpretação dos dados, propusemos categorias de análise a partir dos temas que surgiram nas respostas.

Ao longo das leituras iniciais ficou evidente que os entrevistados, por vezes, abordavam um mesmo tema em repostas a perguntas diferentes. Da mesma forma, um tema explicitado na reposta a uma determinada pergunta, com frequência trazia um ponto de vista de interesse a um objetivo específico explorado em outra pergunta. Essa técnica permitiu o melhor mapeamento dos temas que surgiram nas repostas.

Para suporte ao trabalho de codificação, utilizamos o *software Google Spreadsheets*. As entrevistas foram tabeladas em planilhas: uma para cada pergunta (A, B, C, D e E), cada uma contendo a reposta de todos os ilustradores à pergunta. Um número de identificação foi, então, designado para cada entrevistado. A partir da releitura e da análise do material, temas foram identificados quando emergiam do conjunto de repostas dos ilustradores. O trecho era destacado e copiado para uma nova linha na planilha, recebendo um código correspondente a partir do número de identificação do ilustrador, além de uma sugestão de rótulo para um tema.

Cada entrevistado recebeu um número de identificação

Os temas identificados foram rotulados

Em uma segunda rodada de análise, os temas podem ser renomeados

	A	B	C	D	E	O
33	33.3	Odyr		A desvantagem é tempo perdido entre tarefas, o tempo-bunda, como chamava o Jaca. Acho que, em linhas gerais é uma situação positiva para artistas jovens.	Redação: melhor para jovens	Pró remoto: redação é melhor para jovens
33	33.4	Odyr		Trabalhando em casa você tem mais liberdade de operação, de métodos, de trabalhar no seu tempo, sob as drogas que escolher.	Remoto: maior conforto e liberdade	Pró Remoto: Maior autonomia: "conforto e liberdade"
33	33.5	Odyr		A questão é uma habilidade ou temperamento para conseguir viver em isolamento e administrar sua liberdade e prazos.	Remoto: risco de perder o foco e disciplina	Contra Remoto: exige maior disciplina, "administrar liberdades e prazos"
34	34.1	Orlando		- A primeira situação praticamente não existe mais e isso é uma pena. Uma redação deveria ser formada por profissionais tarimbados e jovens com sangue nos olhos. Hoje o chefe de uma editora se formou um ou dois anos antes de que seus subordinados. São, de certa forma, todos focas inexperientes e ficam diariamente tentando inventar o que já existe há séculos. Eu trabalhei com grandes profissionais e essa foi minha escola, minha facilidade.	Redação: não existe mais ilustrador fixo	Remoto: tendência; não existe mais ilustrador fixo
34	34.2	Orlando		Fortuna, Angeli, Mariza Dias Costa, Luiz Gê, Paulo Caruso e tantos outros que diariamente me influenciaram e se deixavam influenciar. Infografistas que trabalham nas redações são infografistas que "quebram um galho" no fechamento. Nada a ver com ilustração. Trabalhar em casa é um conforto, especialmente numa cidade como São Paulo onde o deslocamento é um problema mas esse isolamento e solidão - próprios dos desenhistas - é um atraso que temos que combater.	Pró-Redação: Cumplicidade, convivência, aprendizagem e riqueza de interações (III)	Pró-Redação: Cumplicidade, convivência, aprendizagem e riqueza de interações

Trechos com temas identificados foram copiados para uma nova linha e receberam um número derivado da identificação do entrevistado

Planilhas correspondem às repostas de cada pergunta e à seu processo de análise

Figura 52 – Processo de codificação, em planilhas, das repostas às entrevistas abertas.

Uma vez que todas as repostas foram analisadas e rotuladas em temas possíveis, uma cópia da planilha foi feita para uma segunda rodada de análise. Ordenando os temas em ordem alfabética foi possível observar novas recorrências. Nesse momento, observamos também temas que poderiam ser agrupados sob um rótulo mais abrangente, de acordo com os objetivos da pesquisa. Na pergunta A foi necessária a realização de uma terceira rodada para consolidar os temas identificados.

Uma vez consolidados os temas de uma pergunta, foi levantada a prevalência quantitativa de cada tema no conjunto de respostas dos ilustradores, gerando os gráficos apresentados no decorrer deste capítulo. Para tornar mais claro o processo de codificação, as tabelas com os temas identificados a cada rodada e uma descrição objetiva do recorte dado aos temas consolidados estão no apêndice 3.

A seguir apresentamos a síntese das respostas a cada uma das cinco perguntas:

As funções da ilustração – Pergunta A

Para a maioria dos entrevistados, a principal função da ilustração jornalística é oferecer uma **interpretação do artista, comentando** os textos. Isso se dá tanto **opinando**, de maneira direta, como de maneira subjetiva e **simbólica**. Ao trazer **sua visão sobre o assunto**, o ilustrador, por meio de sua ilustração, pode abrir possibilidades interpretativas e levar o leitor a ir além do texto. Segundo Orlando Pedroso (2017), artista gráfico e ilustrador com vasta experiência e membro do conselho da Sociedade dos Ilustradores Brasileiros,

O ilustrador é aquele que lê as entrelinhas do texto. Particularmente não gosto de quem faz desenhos literais, que não acrescentam nada. O ilustrador está lá para dar sua opinião mesmo que o texto seja de outra pessoa e para mostrar ao leitor algo surpreendente e inesperado. Não é incomum o artista ter que ilustrar um texto que ele não concorda. Cabe a ele dar seu recado sutilmente, sem ofender o autor do texto. Ilustrei, por anos, a página de opinião da Folha e esse era um embate muito frequente. (Pedroso, 2017).

Para o ilustrador e quadrinista Rodrigo Rosa (2017), a ilustração serve para:

Dar uma cara mais artística ao jornal seja esse no formato ou plataforma que for. Acho que se presta principalmente para ilustrar textos onde se necessite uma abordagem mais lúdica, ou seja, em artigos de comportamento, crônicas e qualquer pauta que necessite de uma imagem menos ligada ao fato (aí nada substitui uma boa foto). (Rosa, 2017).

Cida Calu, ilustradora e infografista do portal GloboEsporte.com, acredita que essa visão pessoal sobre um texto pode materializar-se em uma “função

lúdica” da ilustração. Ela compara o ofício ao exercício imaginativo de cada leitor visualizando os rostos possíveis de um personagem na literatura:

Como num livro, você deixa a sua cabeça fluir. Você leu o Som e a Fúria? Que cara você deu pro Benjy? Que era o “idiota”, mas não era o *seu* “idiota”. A gente se apaixona pelo estilo *staccato*, sem pontuação. Você cria os personagens, aquela família. É interessante quando você transfere aquilo para uma revista e você tem uma ilustração. E você já fez tanto isso de ver a tua imagem, mas com a preocupação de colocar algo que solte um pouquinho mais. (Calu, 2017).

A ilustração jornalística, em relação ao texto, na visão da ilustradora e cartunista Thaís Gualberto (2017), “é mais livre e pode complementá-lo. É uma função que pode permitir o voo de quem estiver no ofício”. A liberdade do ofício também foi destacada pelo ilustrador e chargista Rafael Campos Rocha (2017), colaborador da Folha de São Paulo: “A ilustração seria uma contribuição, uma espécie de leitura paralela da matéria, portanto, um exercício de liberdade.” Para Alvim (2017), infografista e ilustrador de O Globo, “a Ilustração tem uma função que pode ser icônica e poética, muitas vezes”.

Para o ilustrador e cartunista Bruno Drummond (2017), colaborador de O Globo, o ilustrador *interpreta* o texto a sua maneira, como um *segundo autor*:

A ilustração está irremediavelmente associada ao texto. No princípio, sua função era iluminá-lo, daí o nome. Acredito, porém, que isso não basta. O ilustrador de jornal deve interpretar o texto visualmente a sua maneira, não sendo necessário que a sua percepção sobre o assunto seja a mesma do autor. O ilustrador, portanto, é um segundo autor que desenha, com limites temáticos impostos pelo primeiro autor, o que escreve. (Drummond, 2017).

Robson Vilalba, ilustrador e quadrinista da Gazeta do Povo, também defende uma ilustração instigante, podendo sugerir interpretações:

A ilustração é uma espécie de artigo de opinião para o jornal, com uma autonomia relativa diante do texto. Claro que como tudo que existe dentro da mídia, para uma notícia, para uma peça jornalística, ela está presa a um determinado tema ou pauta. Acho importante que ela tenha relação com essa pauta na qual ela está inserida, mas, na minha visão, ela tem um caráter opinativo e, dependendo de como ela é trabalhada, pode despertar no leitor pontos que a reportagem ou artigo que ela acompanha não desperta. (Vilalba, 2017).

Para o cartunista e colunista do G1 e de O Globo, Arnaldo Branco (2017), essa postura da ilustração em relação ao texto “serve como visão crítica sobre a mesma informação. Muitas vezes diz mais que o texto.” Bruno Maron (2017), cartunista da Folha de São Paulo, pondera: “tem uma função crítica, muitas vezes serve como um endosso em relação à matéria que está ilustrando. Então a coisa funciona como um complemento crítico, com o benefício da imagem.” Kléber

Sales (2017), ilustrador e chargista do Estadão e do Correio Braziliense, observa que o desenho não tem obrigação de sempre acompanhar o ponto de vista sugerido pelo artigo: “A intenção da ilustração nem sempre caminha de forma paralela ao artigo/matéria. Algumas vezes se distanciando, ora caminhado de forma perpendicular ou contrária a matéria. Então posso considerar uma atividade sempre opinativa.” Renato Carvalho, ilustrador e infografista de O Globo, apresenta sua visão, similar ao tema, sobre a ilustração editorial:

Penso que esse tipo de ilustração tem características próprias, diferentes das demais. Primeiro pela sua liberdade. Lembro de ter lido um comentário do ilustrador americano Brad Holland, onde ele dizia que o tema para um texto editorial deveria ser dado ao ilustrador e a quem vai escrever, e ambos deveriam apresentar sua visão sobre o tema. Não acho que a separação deveria ser tão drástica quanto ele diz, mas, penso que o ilustrador editorial pode tomar a liberdade de às vezes discordar do autor do texto e inserir a sua visão dentro da ilustração. No meu caso, pela necessidade da rapidez em fazer uma ilustração, isso entre outros tantos trabalhos no dia, eu tenho criado uma biblioteca da qual faço uso na composição das ilustrações. O que não me impede de ter que desenhar ou redesenhar algo, mas tem ajudado muito. Eu tenho criado um universo de figuras, temas, etc., que me servem a compor as ilustrações. O temas (ou temas) que é desenvolvido no texto, às vezes encontra um lugar secundário na composição. Não vejo problema nisso, pois, penso que a ilustração não tem necessidade de ser uma leitura literal do que diz o texto, pois assim, se tornará um mero adereço ao mesmo. (Carvalho, 2017).

Samuel Rubens de Andrade, o Samuca, ilustrador e chargista do Diário de Pernambuco, relembra o contexto político do início de sua carreira, cuja escola de ilustração também valoriza a postura opinativa:

Quando comecei a ilustrar profissionalmente no final dos anos 80, era moda utilizar o humor na ilustração gráfica. Ainda no calor da ditadura, os artistas da época aproveitavam o espaço da ilustração para opinar junto ao texto, mesmo que sutilmente. Eu ficava impressionado com as ilustrações de Mariza nas páginas de opinião da Folha de São Paulo. Mariza já inovava e seu trabalho ainda é bastante atual graficamente. Depois as ilustrações foram ganhando outros elementos e formas, às vezes literal, às vezes abstratos. (Samuca, 2017).

Edu Oliveira, ilustrador do Zero Hora, tem opinião similar:

Acho que a ilustração jornalística tem o mesmo papel de qualquer ilustração, ou seja, atrair a atenção e induzir a uma reflexão sobre o artigo a ser lido. No caso da ilustração editorial ela é (pode ser/deve ser) observada antes e depois da leitura e pode/deve induzir a uma reflexão que pode induzir ou não a uma segunda leitura do texto. (Oliveira, 2017).

“A ilustração é indispensável, ela enriquece e atrai o leitor para a leitura”, afirma o ilustrador Jottas (2017). **Atrair o leitor a engajar-se em um conteúdo** é a segunda função mais citada. Jarbas Domingos, Editor Assistente de Arte do Diário de Pernambuco, observa:

A ilustração, assim como a foto, veste o conteúdo escrito e faz parte dele. É uma das primeiras leituras e contribui para despertar o interesse do leitor. Também é uma ferramenta didática que ajuda na memorização da informação. (Domingos, 2017).

Para o ilustrador e chargista Cláudio Duarte (2017), a ilustração deve “levar o leitor ao texto logo que este veja a ilustração e esta desperte nele a curiosidade de querer saber mais sobre o que o ilustrador mostrou em suas cores e traços.” Essa característica foi também mencionada por Mário Alberto, ilustrador e chargista do GloboEsporte.com:

A ilustração não é uma foto. É uma conversa paralela, um diálogo com o texto. Desse diálogo, cria-se uma coisa nova. E acho que na internet isso não muda. O leitor abre o site e vê a coluna do fulano. Se tem uma ilustração, isso desperta as mesmas dúvidas e curiosidades nele. É uma forma de você chamar a coluna, ao invés de termos apenas a "cara" do colunista, aquela foto como fazem em muitas páginas principais. Como é o jornal [impresso]: você folheia, aparece uma ilustração e você para pra ver. (...) Quantas colunas do Globo que não li porque vi o desenho do Cruz e pensei: ‘O que é esse desenho aqui?’ E ia ler. ‘O que será que o Cruz ilustrou nesse texto?’ E ia ler. (Alberto, 2017).

Para Renato Machado (2017), cartunista do Jornal Extra e da Folha de São Paulo, a ilustração tem função de “chamar a atenção do leitor a um determinado assunto.” Segundo Fê (2017), colaborador da Folha de São Paulo, a ilustração, “além de tornar o 'produto' jornal mais atraente, provoca no leitor o entendimento da notícia.” Chico Caruso (2017), chargista de O Globo, acredita que “a ilustração no jornal serve para aumentar a vontade e o prazer de ler.”

Em consonância com a teoria, **esclarecer** os conteúdos é uma das principais funções da ilustração. Mário Tarcitano (2017), chargista da Tribuna de Minas, acredita que “a função da ilustração jornalística é lubrificar o entendimento da matéria. Uma imagem pode introduzir o fio da meada ou complementar visualmente o que a matéria pretende comunicar”. Para Renato Machado (2017), ela serve para “Tornar claro o assunto.” Thaïs Gualberto (2017) observa que a ilustração pode “sintetizar o texto em uma ou algumas imagens.” Vinicius Machado (2017), ilustrador e infografista de O Globo, destaca que ela pode “adiantar o tema de uma reportagem.” O ilustrador Francisco Martins (2017) corrobora. Para ele:

A ilustração editorial (além da jornalística) tem primariamente uma função complementar ao texto, conferindo uma primeira tradução ao conteúdo. Esta deve, portanto, incentivar um convite à leitura e depois a reflexão sobre o conteúdo, não necessariamente de forma literal ou superficial, mas tentar trazer formas de análise. Principalmente por ser a ilustração também a primeira análise (abstrata ou figurativa) do conteúdo em questão. (Martins, 2017).

Nanette Hoogslag (2013) estudou a dinâmica da ilustração editorial na atração e engajamento com o leitor. O entendimento que Hoogslag toma em seu estudo é interessante, pois subverte o desdém associado à função de adornar, enxergando-a como uma qualidade. Para Hoogslag, esse poder gravitacional de atrair o olhar, garante que o leitor veja primeiro a ilustração e, depois, o texto. Dessa forma, é a ilustração que influencia o entendimento do texto que será lido, e não o contrário. O ilustrador, assim, é um leitor *ideal*, um *exemplo* de *interpretação* para os demais leitores.

A ilustração editorial produz sentido interpretando a história através da criatividade de um ilustrador. Ao contratá-lo, o jornal o coloca na posição de um leitor ideal. A ilustração representa uma interpretação informada, um exemplo para os demais leitores seguirem. (...) Devido à dominância visual da imagem sobre o texto, é a imagem que é primeiramente engajada e direciona a decisão de ler, afetando, então, a maneira como a história será lida (Berger, 1972; Barthes, 1977; Hills Miller, 1992). Isso representa uma formação de sentido hierárquica, simbiótica e fluida, onde, durante a leitura, a imagem *carrega* o texto, seguida por uma influência mental contínua de um sobre o outro. O sentido flutua em algum lugar entre a manchete e a imagem, e está continuamente presente durante a leitura do artigo. (HOOGSLAG, 2013, tradução nossa).

As funções interpretativa e/ou elucidativa, portanto, se dão imediatamente após o engajamento do leitor com o conteúdo. Para atraí-lo, a ilustração funciona para **adornar** a página, iluminando-a e destacando-se, chamando atenção para si. Entretanto, como visto no capítulo 2, se a ilustração falhar em comunicar a interpretação do artista, as demais funções – comentar e elucidar – poderão não *funcionar*. Segundo X.⁴⁹, “podemos ter a ilustração sendo usada com função puramente estética (quando acompanha um texto ou compõe a diagramação de uma página).” Bruno Maron (2017) corrobora: “Muitas vezes ela é só estética, funciona mais como um adorno para uma coluna, por exemplo.” Algumas respostas associam a apreciação da ilustração a um *prazer*. Para Renato Machado (2017), por exemplo, “a página sempre fica bacana com uma ilustração”. Esse aspecto *formal*, *extratextual*, integra o pensamento artístico e precisa ser considerado pelo ilustrador ao elaborar sua composição. Marco Carillo (2017), ilustrador e artista gráfico que iniciou a carreira em 1983, no Estado de São Paulo e Jornal da Tarde, explica o processo de pensar uma imagem para ocupar um

⁴⁹ Respondente solicitou anonimato na descrição da pesquisa.

espaço na composição de uma página de jornal, onde a intuição artística, com escolhas estéticas e espaciais, pode inclusive sobrepor-se aos significados *verbais*:

O trabalho de ilustração no jornal me deu a rapidez de resolver em pouco tempo, desenvolvendo soluções gráficas para o espaço oferecido de uma matéria. O desafio era, depois de ler o texto, encaixar seu desenho no espaço diagramado. Geralmente recebia o texto com o espaço da ilustração pré-estabelecido e um tempo curto para execução. Assim esboçava já, lendo o texto, e raramente fazia uma segunda leitura. Assim, na minha opinião, principalmente naquela época, onde os ilustradores nos jornais tinham que estar presentes na redação, sofrendo pressões diversas de editores e repórteres, o ilustrador funcionava como o bombeiro de plantão, apagando focos de fogo em qualquer direção. (Carillo, 2017).

Esse uso emergencial da ilustração como preenchimento de conteúdo para obtenção de uma configuração mínima, que permita *fechar* a edição do jornal, é um desvirtuamento de suas funções. O experiente ilustrador e quadrinista Marcelo Lélis, do Estado de Minas, critica esse expediente:

A função de ilustrador na imprensa já foi mais, digamos, respeitada. Apesar de nem ser uma profissão regulamentada, houve um período, principalmente na imprensa paulista e especialmente na Folha de São Paulo, em que a ilustração era considerada, tinha uma função importante. Veja o caso da Mariza que ilustrava a coluna do Paulo Francis por exemplo. Era uma relação simbiótica e uma expressão dialogava com a outra. De lá pra cá a coisa vem se degradando e estamos ladeira abaixo. Trabalho em um jornal mas cumpro uma função extremamente burocrática. Me sinto hoje como um simples "tapador de buracos" nas páginas. E sou chamado quando a foto não ficou boa ou há falta de repórteres para escrever. (Lélis, 2017).

Rodrigo Brum, ilustrador e chargista da Tribuna do Norte, concorda:

As pessoas acham que o ilustrador tá ali pra fazer um desenhinho quando a pauta não rende uma foto bacana. (...) O ilustrador no jornal é algo fundamental, ele deve ser lembrado sempre, e não somente pra tampar o buraco da foto. (Brum, 2017).

Segundo alguns relatos, esse uso está associado a uma concepção antiquada da ilustração de jornal. Renato Carvalho, por exemplo, comenta:

Durante os vinte anos que trabalho em jornal, tenho visto uma grande transformação no uso das ilustrações em jornais e revistas, o que considero um fator definidor da profissão de ilustrador. Antes, as ilustrações eram usadas excessivamente. Qualquer "buraco" numa página de jornal era "tapado" com uma ilustração, carinhosamente chamada de "calunga". Ouvia todos os dias essa palavra sendo usada pelos ilustradores, especialmente nas sextas-feiras, dia de "pescoção", onde se concentrava a maior carga de trabalho da semana. Com o passar do tempo, com as páginas sendo mais elaboradas, e também com o racionamento de papel, o uso do espaço do jornal para textos e imagens passou a ser melhor elaborado. Fatores esses, que afetaram profundamente o uso da ilustração. A tendência foi a diminuição da quantidade de ilustrações, mas, uma preocupação maior com a qualidade das mesmas. (Carvalho, 2017).

Observando o jornal como um produto editorial, a ilustração também é utilizada como um **diferencial**, uma surpresa que contrasta e reafirma o projeto gráfico, **confere ritmo** na leitura e **enriquece** a publicação. Segundo André Hippertt, ilustrador, caricaturista e Editor Executivo de Arte do jornal O Dia por mais de uma década,

A ilustração é um diferencial para quem publica alguma coisa. É óbvio que eu também adoro infografia, foto, sou fanático por isso tudo, mas uma capa com ilustração, com caricatura – é diferente. Quando você tem bons ilustradores na sua equipe, você tem um diferencial. Simplesmente acabaram com a ilustração nos grandes jornais. (...) Qual a função da ilustração no jornal? Você segue o jornal... [faz gesto de folhear] um jornal ou uma revista... vai passando... e eventualmente você tem que causar uma surpresa no leitor. Não precisa fazer graça ou bossa em todas as páginas. As páginas tem que ter um padrão gráfico porque o cara precisa ler. (...) A ilustração é feita para quebrar o comum. O leitor de repente se depara com uma ilustração. (Hippertt, 2017).

Orlando Pedroso (2017) também acredita que a ilustração tem a função de "mostrar ao leitor algo **surpreendente e inesperado**", discurso próximo ao de Odyr Bernardi (2017), para quem a ilustração serve para, "no mínimo, **quebrar a monotonia visual de uma página e atrair o leitor.**"

Nathalia Sá Cavalcante (2010), em sua tese, propõe pensar a aproximação entre ilustração e projeto gráfico, dentro de uma ideia de *design pictórico*, espaço de interseção entre ilustração, artes visuais e design. Esse ponto de convergência busca "incorporar a liberdade expressiva, a ideia de projeto e a representação de um conteúdo, ou seja, arte, design gráfico e ilustração pelas suas essências". A reflexão e cooperação mútua entre esses campos pode ser benéfica à prática e inserção da ilustração nos projetos gráficos.

Projeto gráfico e ilustração podem caminhar juntos na realização de um trabalho que expresse por meio da linguagem do desenho e que comunique pelos elementos gráficos constitutivos do design. O processo projetual inerente à realização de trabalhos de design possui características comuns com o processo expressivo da ilustração. Assim, *design pictórico* – termo utilizado para peças gráficas com raízes nas artes plásticas – pode ser aplicado de forma mais abrangente ao design gráfico parceiro da ilustração, abrindo possibilidades de comunicação visual expressivas. (Cavalcante, 2010, p. 255).

A potencialização da ilustração depende, portanto, de sua valorização junto ao projeto gráfico e editorial. Dentro desse contexto, a ilustração pode atuar também para **tornar a experiência de leitura mais agradável**. Para Vinicius Machado (2017), por exemplo, "a ilustração jornalística é uma importante ferramenta para criar sensações no leitor e tornar melhor sua experiência de leitura".

Apresentamos as principais funções identificadas nas respostas à pergunta A – "Como você definiria, pela sua experiência profissional, a função da ilustração jornalística?" –, no gráfico a seguir:

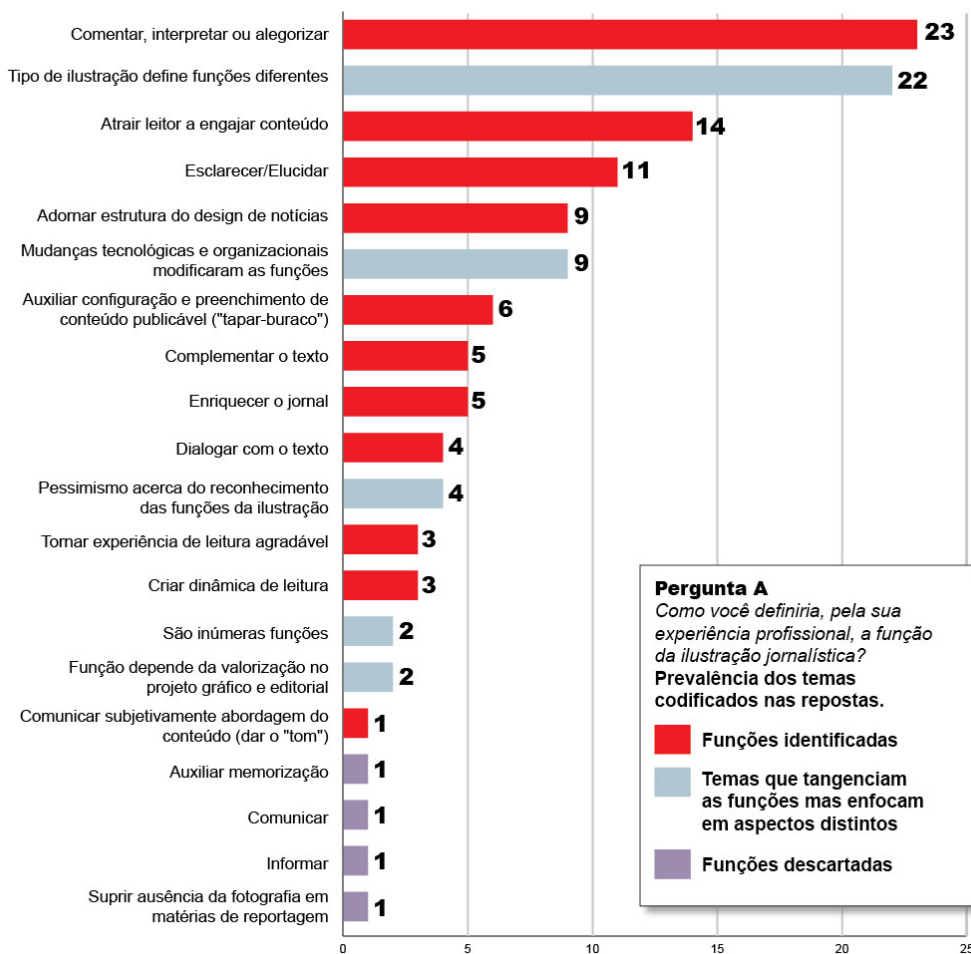


Figura 53 – Prevalência de temas na análise das repostas à pergunta A

Em concordância com a revisão teórica, feita no capítulo 2, emergiram entre as principais funções: **comentar (interpretar), esclarecer (elucidar) e adornar (ornar)**. Outras funções identificadas foram: **Tornar a experiência de leitura agradável; Dialogar com/Complementar texto; Enriquecer o jornal; Criar dinâmica de leitura; e Comunicar subjetivamente abordagem do conteúdo (dar o "tom")**. Temos ainda a *disfunção* "Tapar-buraco" com prevalência significativa nas respostas.

Muitos ilustradores aproveitaram essa pergunta para desenvolver seus pensamentos acerca dos **posicionamentos** do ilustrador. Para Alvim (2016):

Existe uma grande confusão em relação à ilustração em jornal. Em ilustração, a gente tem a charge e o cartum – que praticamente inexistem, que é a anedota. A charge é o que

ainda existe em alguns jornais. Os cartuns que existem vem sendo publicados num contexto de charge, porque tem um viés mais de crítica social e política. (Alvim, 2016).

Para Sergio Ribeiro Lemos, o Seri (2017), ilustrador do Diário do Grande ABC, "em uma redação, o ilustrador pode fazer charges, quadrinhos, cartuns, storyboards (cenas sequenciais de crimes), caricaturas, infográficos, vinhetas, mapas, gráficos e até mesmo design para o projeto gráfico do jornal". Para Priscila Vieira (2017), cartunista da Folha de São Paulo, "na era visual, a imagem vem se tornando o próprio conteúdo. O ilustrador deixou de ser detalhe para tornar-se o informante. E isso também é válido para a profissão de cartunista, que não é ilustrador". Bennet reflete sobre a interseção entre cartunismo e ilustração:

não sou exatamente ilustrador. Sou cartunista. E, muitas vezes, meu traço – que tem característica de humor – não caía muito bem para textos que abordavam assuntos mais sérios, como aborto, por exemplo. Mas a minha função era ilustrar o texto. E aí eu tinha que mudar o traço. Por um lado isso exigiu que eu evoluísse em vários aspectos de meu desenho. Por outro, eu sentia que estava abrindo mão da personalidade de meu trabalho. (Bennet, 2017).

Cavalcante explicou como vê a função da caricatura pessoal:

O cara fez uma matéria com o Gilberto Gil, por exemplo. O jornal ou vai na casa dele fazer uma foto ou pega uma foto de arquivo. Aquilo vai 'ilustrar' a página. A Caricatura funciona dessa maneira. O jornal te pede uma caricatura do Gilberto Gil. Não tem obrigatoriedade de ter nenhum elemento a mais – você pode fazer só o rosto dele. (Cavalcante, 2016).

Outros tópicos dignos de nota são o **pessimismo** acerca do reconhecimento da profissão e as **mudanças tecnológicas** e seu impacto na ilustração. Para evitar redundância, essas discussões serão tratadas, respectivamente, nos itens dedicados às perguntas, sobre o futuro da ilustração jornalística; e sobre a inserção da ilustração nos sites *mobi* dos jornais. Entretanto, um ponto que cabe ser incluído na discussão agora, diz respeito à disputa por espaço entre fotografia e ilustração, sob o seu viés *funcional*. Como visto no segundo capítulo, a fotografia surgiu ocupando a função de documentar as notícias pela imagem, deixando para a ilustração o protagonismo nos comentários. Para Cida Calu (2017), em comparação com a ilustração, a fotografia "ainda é vista como um registro, algo reportando mesmo". Para o ilustrador e quadrinista Vitor Cafaggi, essa liberdade interpretativa leva a ilustração para além da fotografia:

A ilustração pode ir além da foto. Uma boa ilustração traz informações que ilustram melhor o conteúdo da reportagem do que uma foto faria. Lembro de uma página dupla do jornal Estado de Minas toda ilustrada pelo Lélis em uma

reportagem sobre arrastões que estavam acontecendo em um bairro de Belo Horizonte. (Cafaggi, 2017).

No jornalismo, portanto, a fotografia é geralmente utilizada como documento, registro de um acontecimento, enquanto a ilustração traz uma interpretação pessoal do ilustrador. Nada impede, porém, que uma foto seja publicada para efeito estético ou interpretativo, sem trazer informação objetiva e factual relevante – ou ainda com finalidade de adornar a página –, entrando em área de interseção com as funções da ilustração. Para Fernando "Quarentinha" Rodrigues, que atuou como ilustrador e infografista entre 1972 e 2014 pelo Jornal da Tarde, Estadão, O Globo e Lance!, a partir do momento que a tecnologia de impressão permitiu a publicação de fotografias em alta fidelidade de registro, essa passou a ser cada vez mais utilizada na função da ilustração.

A mudança do jornal, na minha opinião, foi a ênfase na infografia. Junto com isso, outra revolução: a fotografia. Esses dois elementos começaram a minar a ilustração. (...) São diferentes, mas um tomou espaço do outro. Na minha opinião, começaram a enxergar o seguinte: a infografia é uma coisa informativa, ela é direta. A ilustração é uma alegoria. (...) nesse caso, o desenho, no fundo, não era nada mais que uma forma de arejar um texto maçante, aquela coisa que você não vai querer ler, então se coloca um desenho bonito e você lê. Com o tempo, com a tecnologia, os caras perceberam que se poderia perfeitamente pegar esse desenho e substituir por uma foto espetacular. [P.: Mas isso de usar fotos grandes já havia desde os anos 50 e 60, não?] Já, mas era algo que muitas das vezes não funcionava. A fotografia não tinha a qualidade que ela passou a ter. Aí você vê uma *puta* foto e uma ilustração, os dois vão ficar brigando. Naquela época, se você visse uma foto grande, mas que a qualidade de impressão não fosse espetacular, e um *puta* desenho, você iria preferir olhar para o desenho. Ela [a ilustração] foi substituída pelas boas fotos. (Rodrigues, 2017).

A reflexão de *Quarentinha* nos remete a textos de Ellen Lupton e Milton Glaser, ambos discutindo a substituição paulatina da ilustração pela fotografia na imagem publicitária a partir da década de 1950. Em "Line Art," Lupton, a partir do trabalho de Andy Warhol como ilustrador publicitário, esmiúça as interseções entre arte, ilustração e design, observando como as limitações das técnicas de reprodução das imagens eram exploradas e potencializadas criativamente. Milton Glaser, em "Dark and light: the strange case of the decline of illustration" (2005), procura elencar hipóteses para o declínio do uso da ilustração. Para Glaser, a influência da TV e da fotografia na comunicação alterou inclusive a expectativa de recepção por parte do público, tornando-o menos receptivo ao exercício do *pensamento abstrato*. Este pensamento seria a capacidade de *imaginação*, "encurtando a distância entre sugestão e realidade." A fotografia, para Glaser,

seria o vetor mais adequado para transmitir uma percepção de *desejo e realidade*, fundamentais para a expressão da publicidade. O potencial imaginativo da ilustração não encontra a mesma valorização nesse contexto.

Uma hipótese é a de que perdemos a capacidade de pensar de forma abstrata. Quando lemos ou escutamos o rádio, nossa mente forma imagens em resposta ao estímulo. O mesmo acontece quando uma ilustração provoca o leitor através de sua relação simbólica com a realidade. A abstração encoraja a mente a encurtar a distância entre sugestão e realidade. (...) Em nosso mundo, a realidade foi trocada por formas de entretenimento que demandam pouca atividade mental e encorajam apatia e indiferença. (...) Essa realidade virtual, criada pela televisão, se expressa predominantemente através de meios fotográficos, que é a forma dominante, em nossa cultura, de expressar a "realidade". (...) Por conta de sua credibilidade, a fotografia é insuperável na publicidade. Em uma cultura que valoriza o comércio sobre todas as coisas, o potencial imaginativo da ilustração se tornou irrelevante. (Glaser, 2005, p.136, tradução nossa⁵⁰).

Jo Mignone, estudando o declínio e revitalização da ilustração *artesanal* ("handmade"), atribui às mudanças tecnológicas uma *cultura da prensa*, influenciando o referencial produtivo de maneira abrangente, prejudicando o ofício do ilustrador. A utilização da ilustração apenas em função decorativa facilita sua marginalização. Para a autora, o processo criativo do ilustrador foi se tornando mais dependente de efeitos embutidos nos softwares, em função dos curtos tempos para sua elaboração, e seu processo interpretativo menos reflexivo.

A redução da ilustração a um elemento decorativo ao invés de veículo para comunicação e formação de ideias parece ter sido um dos fatores que contribuíram para a marginalização dos ilustradores na indústria. Outras partes interessadas abraçaram as tecnologias digitais e ajudaram a transformar o entendimento da produção de imagens comerciais em nossa sociedade atual, não necessariamente com a mesma compreensão fundamental do processo subjacente de pensamento do ilustrador. (Mignone, 2005, p. 17-19, tradução nossa).

A rotina produtiva acostuma-se aos *atalhos* da tecnologia digital, levando a uma mudança de foco da *criação* – de um *original* –, para a *montagem* – colagem de elementos já digitalizados para a configuração de uma "ilustração." O custo-benefício dos bancos de imagens e fotografias também é atraente. Não

⁵⁰ "One can make the case that we have lost the capacity for abstract thought. When we read or listen to the radio, the mind forms images in response to the suggestion. The same thing can be said to occur when an illustration provokes the viewer by its symbolic relationship to reality. Abstraction encourages the mind to bridge the distance from suggestion to reality. (...) In our world, reality has been replaced by forms of entertainment that require little mental activity, and encourage apathy and indifference. (...) The virtual reality created by television is expressed through predominantly photographic means, our culture's most dominant way of expressing 'reality'. (...) Because of its believability, photography is unexcelled as a tool to generate desire, which in part explains the diminished role of illustration in advertising. In a culture that values commerce above all other things, the imaginative potential of illustration has become irrelevant."

apenas "é mais fácil, mais barato e mais rápido" (Mignone, 2005, p.18, tradução nossa), como a imagem selecionada de um arquivo não oferece os riscos editoriais de uma ilustração tradicional, cuja produção demora mais e o resultado pode não sair exatamente como esperado.

A fotografia pode ser vista exercendo hoje, no jornalismo, tanto a função de *adornar* conteúdos, como, inclusive, a de *comentar* e *interpretar*, *ironizando* ou *opinando* acerca das notícias, como uma charge. Portanto, disputa espaço com a ilustração, com a vantagem de que sua produção e edição é muito mais rápida.



Figura 54 – Exemplos da fotografia como ilustração ou charge – comentando e interpretando.

Outra possibilidade para o uso da fotografia enquanto ilustração está em trabalhos realizados por designers através de *colagens* digitais, envolvendo elementos tipográficos e fotomontagens. Esses atuam, por vezes, nas mesmas funções das ilustrações tradicionais, disputando espaços de publicação, com a mesma vantagem organizacional de maior velocidade de produção.



Capas de O Globo, 2016-2017. Reprodução da internet.

Figura 55 – Exemplos de capas ilustradas por trabalhos de design e fotografia

Trabalho presencial *versus* remoto – Pergunta B

A **aprendizagem no convívio com colegas e a riqueza de interações da redação** foi o principal tema destacado nas respostas dos ilustradores. Fernando Rodrigues, o Quarentinha, um dos pioneiros da infografia brasileira recorda como aprendeu as técnicas do ofício aos 18 anos, quando começava a carreira como ilustrador de Mapas & Gráficos na redação do Estadão/Jornal da Tarde, em 1971:

Tinha o Maurício Tortelli que, se estivesse trabalhando hoje, seria um dos maiores infografistas do planeta. Estava à frente do tempo dele e morreu muito novo, com 40 anos. Na redação do Estadão era a época do Fernando Mitre, Fernando Silva Pinto, Percival de Souza... O Tortelli, quando estava fazendo um infográfico, ninguém parava perto dele, ninguém perturbava ele. Um belo dia, eu já acompanhava os trabalhos dele – ainda recém chegado no jornal – e parei ao lado da mesa dele. Ele viu meu interesse, me olhou: "você quer aprender a fazer isso aqui?" E a partir daí, foi me ensinando. Aprendi a fazer tudo com compasso: mapa, ilustração... Riscava no lápis e dava a arte-final no compasso, saía tudo certinho. Ele me passou o material necessário para comprar, a marca do compasso, que era um compasso de arquiteto, e do tira-linha que ele usava. Comecei a treinar. Observava ele trabalhando e depois fazia. Ele era um monstro, autodidata. O Corinthians, na época, tinha um jornal chamado Coração – ou a logo era um coração e o último 'o' tinha o escudo do Corinthians dentro. Quem fazia era o Tortelli, que me convidou para trabalhar com ele lá também. O pessoal fala em infografista, mas não tem ideia do trabalho dele. Esse cara fazia coisas muito à frente do tempo, híper-perfeitas. Tudo que aprendi da limpeza da minha arte-final foi com ele. O meu papel de arte-final não podia ter uma sujeira. Se você colocasse uma lupa, teria que ver tudo branco – era uma exigência. (Rodrigues, 2016).

Mário Leite, Editor de Arte do GloboEsporte.com, por sua vez, citou o aprendizado que teve com o próprio Fernando Rodrigues, com quem conviveu no final dos anos 1990 na redação do jornal Lance!:

Quem me ensinou infografia e foi meu grande professor foi o Fernando Rodrigues, o Quarentinha. O contato com ele foi um divisor de águas na minha carreira e acho uma pena ele ter se aposentado. Acho que poucas pessoas podem falar do Quarenta como eu posso falar. É um cara profundamente competente, inovador e inteligente com o trabalho dele. Ele sozinho foi uma formação inteira de infografia para mim. Foi muito generoso comigo no Lance!. (Leite, 2017).

Essas falas exemplificam como o conhecimento de um ofício específico como o de ilustrador de jornal e infografista é transmitido através de profissionais de gerações diferentes no convívio das editorias de Arte. Mário Alberto, que começou a carreira como chargista do Lance!, também relata o contato com profissionais mais experientes no início de sua carreira:

A equipe no início do Lance! tinha o Quarentinha, infografista, mas desenhando. E com aquele jeito: "Vou te apresentar o Chico! Vou te apresentar o Cruz e o Cavalcante!" E eu: "Cara, sério!?" E ele: "Vamos tomar um chope com eles!" [risos] E tinha o Ique que fazia charge. Quando entrei, usava a mesma técnica que o Ique e o Chico usavam, ecoline com lápis de cor. Eu já estava lá, fui contratado

com o jornal em formação. O Ique chegou quando o jornal ia pra banca. E eu pensei: caramba, *tô* aqui trabalhando do lado dele, que é um cara que já tem um nome. E o estilo é muito próximo. E já tinha o problema dele com estilo em relação ao Chico. E eu seguia essa mesma "família". Então tomei uma decisão: abandonei o lápis de cor. Era aquele tapinha no final. Mas decidi resolver só na ecoline para diferenciar mesmo. Como tinha essa convivência, eu via como ele processava as informações para fazer a charge rapidinho. Tanto que a primeira charge que eu publiquei foi no número zero do Lance!. (Alberto, 2017).

Por esse motivo, o trabalho em redação é considerado ideal para artistas mais jovens, em formação. Quando já treinados e com noções de jornalismo, é mais fácil trabalhar remotamente. Bennet (chargista da Folha de SP e Gazeta do Povo), Odyr Bernardi (artista gráfico *freelancer*) e Mário Alberto têm opinião nesse sentido:

Trabalhei 10 anos dentro de redação e gostava da dinâmica do trabalho. Ser obrigado a resolver uma ilustração em menos de 20 minutos era interessante, era divertido vivenciar o ambiente de fechamento e discussões de pauta, correrias e cafés e cigarros. Telefone tocando o tempo todo, havia um dinamismo que tinha reflexo no desenho. Porém, ao trabalhar na solidão do estúdio você tem tempo de fazer um trabalho mais bem acabado, mais pensado, com mais referências porque dá para pesquisar melhor. E há a solidão, essencial para todo artista. Costumo dizer que trabalhar dentro da redação é a melhor coisa do mundo quando você tem 20, 22 anos. (Bennet, 2017).

Estive nas duas situações. O presencial tem a vantagem de aprender a desempenhar sob pressão e conviver e aprender com os colegas. A desvantagem é tempo perdido entre tarefas, o tempo-bunda, como chamava o Jaca. Acho que, em linhas gerais é uma situação positiva para artistas jovens. (Bernardi, 2017).

Com a experiência que tenho, já trabalhei para jornal de casa, com fechamento. Até brincava com eles: já tenho um fechamento dentro de mim [risos] não preciso da redação. Até no início eu cumpria lá meu ritual de tomar banho na mesma hora e colocar uma roupa. Só não botava sapato! Para não quebrar aquela coisa de quando eu costumava ir trabalhar. Eu continuava indo, só que a cadeira era na minha casa e não no centro da cidade. (Alberto, 2017).

Pergunta B

Consideremos duas relações de trabalho distintas: o ilustrador que trabalha presencialmente na Editoria de Arte da Redação – diariamente ao lado de outros ilustradores, infografistas, designers e jornalistas –, e o ilustrador que trabalha remotamente – sem obrigação de estar na Redação, desenvolvendo seus trabalhos a partir de encomendas por e-mail e teleconferências, por exemplo –, como você vê os prós e os contras da experiência do ilustrador de jornal em cada uma dessas situações/ambientes, na sua percepção?

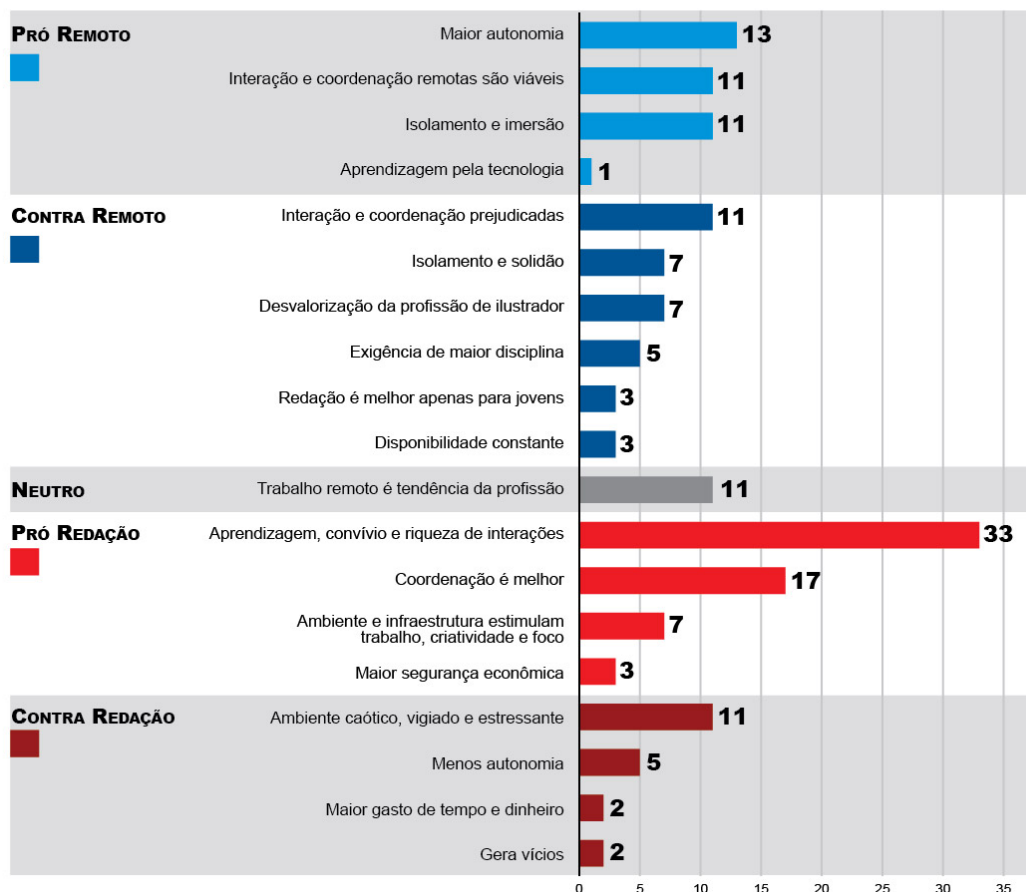


Figura 56 – Prevalência dos temas codificados da pergunta B

Além disso, a redação é um ambiente onde oportunidades surgem diante do imprevisto emergencial. Mário Alberto conta a história de sua primeira charge:

Teve um lance engraçado que, na minha entrevista para ser contratado do Lance!, como sou formado em Design Gráfico, mesmo fazendo caricaturas, também tinha um interesse por diagramação. Então falei: "Posso fazer um infográfico, diagramar uma página, fazer uma caricatura, uma ilustração. Mas charge não vou fazer, não, porque não sei fazer." [risos] Aí no número zero, o editor-chefe, entrou e olhou.... e eu lembro exatamente do sol batendo, foi muito marcante para mim... chamou: "Mário, faz uma charge pra mim?" E eu: "Não, cara, mas não falei que não ia fazer charge?" E ele: "Não, não, não, faz uma charge aí, vai?... faz um negócio do Rubinho ou Schumacher, aí?" Acho que foi a única vez que me pautaram [risos]. E aí eu fiz e comecei a fazer. (Alberto, 2016).

Orlando Pedroso defende, entretanto, que o ambiente ideal de uma Redação teria a mistura e convivência de profissionais jovens e veteranos:

Uma redação deveria ser formada por profissionais tarimbados e jovens com sangue nos olhos. Hoje o chefe de uma editoria se formou um ou dois anos antes de que seus subordinados. São, de certa forma, todos focas inexperientes e ficam diariamente tentando inventar o que já existe há séculos. Eu trabalhei com grandes profissionais e essa foi minha escola, minha faculdade. Fortuna, Angeli, Mariza Dias Costa, Luiz Gê, Paulo Caruso e tantos outros que diariamente me influenciaram e se deixavam influenciar. (Pedroso, 2017).

O segundo principal argumento em prol do trabalho na redação é o de que a **coordenação é melhor**. Para Jarbas Domingos (2017): "Temos um *feedback* mais rápido através dos colegas de redação", ponto similarmente observado por Samuca (2016). Por conta desta agilidade no diálogo, Kleber Sales (2016) destaca que "presencialmente existe a possibilidade do ajuste fino de cada trabalho até o ultimo momento antes de baixar a página." Brum enxerga vantagem na proximidade:

A principal vantagem de quem trabalha de forma presencial é o planejamento da ilustração, o bate bola com os editores e outros profissionais que podem enriquecer muito o resultado final do material, a coleta de informações, as dicas de algo que pode ser feito pra melhorar a arte mas que às vezes passa despercebido. (Brum, 2017).

Para Vladimir Barros de Souza, coordenador de design do Jornal do Comercio:

Já trabalhei em ambas situações, mas a tecnologia mudou muito essa perspectiva e encurtou muito a diferença do trabalho remoto para jornal. Porém, para os novos processos digitais, a grande maioria das vezes estar próximo facilita o entendimento e execução de determinados materiais. (Souza, 2017).

O diálogo é valorizado pela possibilidade de se participar do processo criativo desde o princípio, evitando que o ilustrador se torne executor de ideias de terceiros, apenas entregando solicitações. Igualmente, a **menor interação e coordenação** aparece também como fatores contrários ao trabalho remoto.

Segundo Edu Oliveira:

Na minha opinião a presença física das pessoas no mesmo local ajuda muito na percepção e nos ajustes que o trabalho sofre durante o processo. Conhecer as pessoas e perceber o tom de voz e suas reações agiliza o entendimento dos objetivos em jogo, ou seja, o ilustrador percebe se ele está numa relação de igualdade profissional ou se ele está sendo um mero executor da ideia de outra pessoa. O trabalho remoto é mais confortável para o ilustrador mas exige tanto dele como do cliente disciplina, maturidade profissional e uma civilizada relação de confiança. (Oliveira, 2017).

Francisco Martins, ilustrador *freelancer*, sugere preocupação no mesmo sentido:

Meus comentários sobre trabalhar na Redação têm fundo hipotético, pois só trabalho remotamente e talvez por isso mesmo, sofra da grande dificuldade que é alinhar meu discurso visual com o do redator. Acredito que trabalhar na Redação tornaria esse

processo mais dinâmico e ilustração e texto funcionariam quase como um terceiro discurso, pois somariam forças se fossem concebidos juntos desde o primeiro rascunho. Trabalhar remotamente nesse sentido possui um caráter impessoal porque não é um processo de troca mas sim uma entrega. (Martins, 2017).

Apesar disso, identificamos o argumento de que a **interação e coordenação são viáveis à distância**. Para Renato Machado: "Hoje, com a tecnologia, você consegue trabalhar junto com a arte, mesmo remotamente. O editor te manda a página, etc. e tal." Mário Tarcitano (2017) acredita que "a comunicação não fica prejudicada. Sendo necessário apenas pequenos acertos verbais entre as partes interessadas." Arnaldo Branco e Bruno Drummond também corroboram visão nesse sentido:

Acho que não há perda para quem trabalha remotamente, existem ferramentas muito melhores hoje em dia para trocar impressões com outros ilustradores - alguns até morando a milhares de quilômetros de distância. (Branco, 2017).

Trabalho em casa, uso e-mail, Skype e afins. Para editoras no Brasil e na Inglaterra, o processo é o mesmo: recebo o *briefing*, negocio o valor, envio o *rough* a lápis, faço correções e ajuste de acordo com os comentários, mando a arte e a nota e recebo o depósito em conta. Simples e eficiente. (Drummond, 2017).

Gil Tokio (2017) observa ainda que, dessa forma, positivamente, o "diálogo com demais profissionais tende a ser mais conciso e objetivo". Para Renato Carvalho, a ilustração editorial é mais viável de ser realizada à distância:

Na ilustração editorial eu não vejo como tão necessária a presença numa redação, pois o que conta mais é a delimitação do espaço da ilustração e o texto. Fatores esses, que podem ser compartilhados sem nenhum problema por meios digitais sem qualquer prejuízo. (Carvalho, 2017).

O **isolamento** foi outro tema de destaque. Quando associado à ideia de **imersão e conforto** no trabalho, é visto **positivamente** no trabalho remoto:

Vivi esta experiência no Globo durante 5 anos trabalhando de *Floripa*. Acho que devo ter sido o primeiro ilustrador contratado de carteira assinada trabalhando fora da redação. Pontos favoráveis que eu vivi é que você é dono de seu tempo, respeitando o compromisso que você tem com o fechamento do jornal. Você fica mais a vontade em seu ambiente. Se organiza melhor e aprende a ter disciplina. Na minha experiência rendia mais em casa do que na redação. Achei muito ruim a falta do convívio em grupo e do parecer imediato da opinião de colegas sobre a ideia ou arte que você criou para tal matéria. (Duarte, 2017).

Ao trabalhar na solidão do estúdio você tem tempo de fazer um trabalho mais bem acabado, mais pensado, com mais referências porque dá para pesquisar melhor. E há a solidão, essencial para todo artista. (Bennet, 2017).

Para Gil Tokio (2017), "o processo de ilustração às vezes pode ser mais produtivo sem uma redação inteira a sua volta." Segundo Samuca: "Em casa, num

ambiente tranquilo o desenhista fica mais a vontade pra "lamber a cria". (...) pode colocar uma música nas alturas enquanto trabalha." Tal como X. (2017), que acredita que "Trabalhar remoto pode trazer conforto e uma certa paz"; e Renato Machado (2017) que desenvolve melhor o seu trabalho "fora da loucura da redação."

Quando associado à **solidão, perda de foco ou disciplina e alheamento dos processos criativos e decisórios do jornal**, o isolamento torna-se uma **desvantagem**. Segundo Orlando Pedroso (2017), "esse isolamento e solidão - próprios dos desenhistas - é um atraso que temos que combater." Jarbas Domingos e Robson Vilalba também abordaram essa questão em suas respostas:

(...) com a internet você pode buscar referências e acompanhar trabalhos de outros ilustradores. A desvantagem é o isolamento. Acontece que uma conversa é excelente em algumas situações para soltar o freio e acelerar o processo criativo ou até para encontrar um solução gráfica. (Domingos, 2017).

Fora da redação a relação também é boa. Acho que você pode ficar mais disperso nas referências, nem sempre estando em contato com do ambiente de informação, da notícia – hora você pode estar preso a uma série no *Netflix*, depois se envolve em questões no *Facebook*... Isso também pode ser legal, se você conseguir retirar uma influência disso ou daquilo. Mas acho que perde um pouco o noticioso. Vai para outro lado, o que não necessariamente seja bom ou ruim. (Vilalba, 2017).

O trabalho remoto é, portanto, associado à exigência de **maior autodisciplina**. Para Odyr Bernardi, "A questão é uma habilidade ou temperamento para conseguir viver em isolamento e administrar sua liberdade e prazos." Visão similar a de Edu Oliveira, para quem o trabalho remoto "exige tanto [do ilustrador] como do cliente disciplina, maturidade profissional e uma civilizada relação de confiança." Mário Alberto trabalhou remotamente, como chargista do jornal Lancel!:

Comecei a sentir falta da redação. Não sei como é trabalhar num estúdio. Para o meu trabalho, em casa, tinha que me concentrar muito. Muitas vezes fiquei com minha filha, que hoje tem dez anos: "Clara, fica aí sentada agora vendo televisão que o papai precisa desenhar". E o *fechamento* comendo solto! [risos] Ela chegava da escola às seis e o jornal fechava às oito. (Alberto, 2017).

A **disponibilidade constante** foi aspecto negativo do trabalho remoto. Durante três anos, Mário Alberto não teve outro ilustrador com quem revezar no jornal. A impossibilidade de ausência gera desgaste, mesmo trabalhando de casa.

Tiveram a ideia de que eu trabalhasse fazendo todas as charges. Mas o que isso significaria? Que eu não teria mais folga! (...) Durante três anos! Eu até viajava – e levava o computador. Chegou uma hora que a minha mulher até sabia que eu teria que sentar e fazer a charge. Às vezes fazia no domingo de manhã, quando dava para fazer em cima da rodada de sábado. É muito estressante. Eu era uma pilha.

Brincava que tinha uma semana de 335 dias e um fim de semana de 30 dias. [risos] Meu fim de semana era minhas férias! (Alberto, 2017).

A **redação** está associada a "estresse", "pressão", "caos", "loucura". Esse caos e pressão são vistos tanto como aspecto **negativo** como **positivo**.

Negativamente, é um ambiente estressante, caótico, vigiado e tumultuado:

O ambiente da redação é quase sempre pesado e claustrofóbico, (...) o profissional precisa estar essencialmente focado, tudo acontece em tempo real, mas todas essas coisas também geram muito estresse e cansaço físico e mental. (X., 2016).

Porém tem como "contra" o prazo, redação de jornal é uma verdadeira correria, afinal, a informação atualmente é algo descontrolado, veloz, e isso acaba refletindo na redação, e conseqüentemente em nós, ilustradores. Geralmente querem pra cima da hora. Ou, temos que dar conta antes de acabar o expediente. (Brum, 2016).

Ao que parece também com o golpe as coisas pioraram muito para quem ficou dentro da redação. Na véspera do golpe de estado, mais de um amigo jornalista, principalmente do Estadão, o jornal mais à direita do espectro político, comentou a pressão de visitas da editoria nas salas, cobrando o resultado das urnas. (Rocha, 2017).

O ponto negativo talvez seja o espaço mais limitado para trabalhar, a agitação da redação que pode prejudicar a concentração ou o processo de trabalho. (Machado, 2017).

Pode criar uma rotina repetitiva e possivelmente cansativa, fechamentos diários ou frequentes tendem a ser estressantes. (Tóquio, 2017).

O contra em trabalhar em redações é o estresse, a correria, as longas jornadas diárias para o fechamento e quando há um certo desentendimento entre a equipe, o trabalho se torna desgastante. Mas temos que colocar na cabeça que redação é sinônimo de loucura e precisamos sempre manter o equilíbrio. (Jottas, 2017).

Positivamente, o ambiente gera um "caos criativo" e acaba por fomentar o foco no trabalho, como afirma Lelis (2017): "O que motiva é o ambiente sempre caótico em que criamos. E esse caos acaba nos viciando." Para Chico Caruso (2017), a redação "tem telefone, TV, computador, coleção de jornais, cafézinho e não tem cama, é melhor pra trabalhar." Marco Carillo e Robson Vilalba também afirmam gostar da redação:

Eu confesso que gosto mais de estar na redação e aturar os possíveis editores e repórteres chatos que sempre tentam emplacar suas ideias toscas para direcionar o seu desenho do que no aconchego do meu lar. Lembrando que sou da época pré-computador, *Illustrator*, *Photoshop*. (Carillo, 2016).

Tem outro aspecto, que vai de cada um, mas para mim é positivo, que é o "*just in time*" – o "pra já!". Surge um assunto e temos que resolver. Penso que é positivo para o ilustrador perceber que estamos fazendo um trabalho, sobretudo. Você tem que ter mecanismos, ferramentas criativas e operacionais para que você possa fazer o trabalho. (Vilalba, 2017).

A infraestrutura pessoal e material foi destacada por Gil Tokio (2016):

Proximidade com os demais profissionais envolvidos, a possibilidade de diálogo, o estabelecimento de padrões e rotinas de trabalho, o maior conhecimento da linha editorial, do ponto de vista prático existe a vantagem do local de trabalho disponibilizar equipamento, computadores, (...) eventualmente regulamentação trabalhista. (Tokio, 2016).

A possibilidade de trabalho regulamentado é associado à **segurança econômica** do trabalho fixo, presencial, por Jottas e Baptistão:

Acho mais seguro estar trabalhando com carteira assinada, sabendo que todo mês você terá o seu pagamento. Isso não impedirá que você faça *freelas*, aumentando a sua renda. (Jottas, 2017).

A vantagem do ilustrador em fazer parte da equipe presencial é a constância da demanda e uma maior previsibilidade financeira, além dos benefícios que o trabalho como empregado proporciona. (Baptistão, 2016).

Como outra face da mesma moeda, o trabalho remoto é associado à **desvalorização da profissão e vulnerabilidade econômica**:

O maior problema é o do ilustrador que antes, pelo menos, tinha um porto seguro, que era ser contratado. (...) O cara era contratado, ia para o jornal e tinha trabalho pra cacete. Ele tinha o salário dele, o plano de saúde dele, o décimo terceiro, férias... uma série de vantagens que ele agora não tem. Viver de *freelancer* como ilustrador no Brasil, hoje em dia, quem consegue!? (...) Quando a gente perde um meio como o impresso – porque o impresso é o que dá emprego para essas pessoas, que cada vez diminui mais – e quando o impresso para de contratar e passa a fazer o seguinte: pagar o quanto der? Se você ganhava mil e tantos reais... [pausa] “Agora é cem reais, pela ilustração, heim? Tá a fim?” O cara topa, né? (Hippertt, 2016).

A ilustração pode passar a ser um *bico* ou uma atividade secundária. Para Orlando (2017): "Infografistas que trabalham nas redações são infografistas que 'quebram um galho' no fechamento. Nada a ver com ilustração." O pouco volume disponível ao trabalho *freelancer* acentuaria este cenário. Para Jottas (2017) "o problema é que hoje em dia está cada vez mais difícil viver de *freelas*, principalmente depois de surgirem sites de bancos de imagem." Na visão de Seri (2017): "Penso que o ilustrador remoto funciona em redações bem estruturadas, onde seja a prática diária demandar ilustrações".

Por outro lado, a **maior autonomia** é uma vantagem do trabalho remoto. Para Odyr Bernardi (2016), "trabalhando em casa você tem mais liberdade de operação, de métodos, de trabalhar no seu tempo, sob as drogas que escolher." Lúcio Oliveira vê nesse modo a possibilidade de se ganhar mais, trabalhando para mais de um jornal:

Há uma década que não piso mais em redação de jornal. A internet facilitou muito o meu trabalho. Posso trabalhar com dezenas de jornais ao mesmo tempo,

bem diferente de quem está picando cartão numa empresa jornalística. O ganho é bem maior. (Oliveira, 2017).

Além do ganho de tempo, a possibilidade de se trabalhar para outras áreas, jornais e regiões geográficas foi citada por Fê, Mário Tarcitano e Thaís Gualberto:

Hoje, com o desenvolvimento tecnológico, não vejo a menor necessidade da presença do ilustrador na redação. Principalmente nas grandes cidades, o ilustrador teria bastante tempo a mais de trabalho caso não necessitasse desse deslocamento. (Tarcitano, 2017).

No começo dos anos 90 logo que entrei no jornal Folha de S. Paulo através do "Concurso de ilustradores" todos os ilustradores trabalhavam presencialmente na Editoria de Arte da Redação. Diariamente, no meu caso, pelo menos até 2004. A partir daí até os dias de hoje trabalho a distância no meu estúdio e envio as minhas ilustrações pela internet. Eu gostava muito de trabalhar na redação pois a agitação e a movimentação que ia aquecendo ao longo do dia até chegar o horário do fechamento era altamente estimuladora para a criatividade e tínhamos que ter muita disciplina para a entrega da ilustração. Outra coisa maravilhosa era a troca de experiências, intercâmbio de ideias e técnicas que nós ilustradores compartilhávamos. Por outro lado, quando pude criar a distância, não precisando mais estar diariamente na redação, me abriu um leque enorme para me dedicar ao universo de ilustração de literatura infanto-juvenil. (Fê, 2017).

Por morar na Paraíba, a vantagem mais óbvia de se trabalhar remotamente é justamente o fato de poder fazer esse trabalho de qualquer lugar do país. Aqui no estado há pouquíssimas publicações que utilizem ilustradores e quando o há, geralmente é apenas um. (Gualberto, 2017).

Por outro lado, o trabalho em redação foi associado a **menos autonomia**. Segundo Baptistão (2017): "A desvantagem é estar preso a um horário pré-definido, que nas redações costuma avançar muitas vezes para além do previsto". Para Gil Tokio (2017), "o salário tende a ser fixo, independentemente da quantidade de ilustração produzida" e o trabalho presencial "inviabiliza ou dificulta a possibilidade de trabalhos de ilustração em outros lugares".

Independente de prós e contras, **o trabalho remoto freelancer é visto como tendência** pelos ilustradores. Para Fernando Carvall: "Não existe mais a primeira opção" – se referindo ao trabalho fixo presencial –, visão corroborada por Orlando Pedrosa: "A primeira situação praticamente não existe mais e isso é uma pena." Para André Hippertt, Ilustrador e Editor de Arte, "A Ilustração perdeu espaço. Ponto. Em qualquer setor."

"Infelizmente a derrocada da imprensa está limando tudo que equivocadamente é considerado como supérfluo, e os ilustradores certamente estão nessa categoria," pontua Bruno Maron (2017) dando voz à sensação de que a ilustração é vista como supérflua.

Inserção da ilustração no jornal para *smartphone* – Pergunta C

O principal obstáculo identificado nas respostas, para uma inserção adequada da ilustração nas edições *mobile* dos jornais, é o **Design atual, que inviabiliza o antigo repertório da ilustração**. Há várias leituras acerca deste fenômeno, observadas nas vozes dos entrevistados. Como demonstrado no **Capítulo 4**, a estrutura de publicação *mobile* enfileira o conteúdo em blocos a serem apresentados de cima para baixo, ou seja, uma **diagramação linear em coluna única e de orientação vertical**. Em comparação, nas páginas ilustradas do impresso, o leitor podia ir e vir livremente entre as colunas de texto e a ilustração, sem seguir um caminho único de apreciação e leitura. Para Alexandre Lage (2017), designer e infografista do GloboEsporte.com: "Você não tinha uma leitura linear, podia ficar ali viajando. Realmente, cara, mudou: virou tudo uma tripa!" Essa diagramação em *tripa* – fina e verticalizada – alimenta a percepção de que o design de jornal do impresso seria mais organizado, ou mesmo que houve um abandono do design – enquanto composição ou *layout* – nessa transição para o *mobile*. Robson Vilalba e André Mello trazem visões parecidas nesse sentido:

Não funciona. É uma tripa que você vai passando. O jornal impresso é muito mais organizado. Você sabe onde está tudo. No digital, você se perde. Você tá lendo e aí vê uma bobagem. Você clica e já saiu da página. Não volta mais. As informações ficam dispersas. (...) Acho [a ilustração] uma coisa muitas vezes mal posicionada ainda, dá impressão de que não faz parte daquilo. Foi simplesmente encaixado ali. Fica perdido, parecendo um *banner*. Ainda não criaram um desenho para encaixar a ilustração que fique harmonioso. (Mello, 2016).

Na minha percepção, o suporte online retirou o Design – no sentido mais amplo: o desenho do conteúdo. O que é o desenho de conteúdo no suporte *mobile* e online? É fonte! Normalmente, a parte tipográfica. E geralmente a que escolhem é uma tipografia de uso livre – sem royalties – já para esse suporte. Quer dizer, ela também não é 'A' tipografia. Então, acho que perdemos nessa parte, a internet ainda não descobriu como trabalhar isso aí. (...) Na minha opinião, o que está se tentando fazer são os especiais. Isso é algo que acompanho bastante até por conta do meu trabalho de jornalismo em quadrinhos. Penso que a ilustração e quadrinhos, no digital, tem funcionado nesses especiais. Ali se vê que a ilustração tem um papel [função], não está ali de calhau. Porque o desenho parece um *calhauzinho* às vezes, você não sabe se é ilustração ou publicidade. (Vilalba, 2017).

Calhau ou *Calunga* são jargões do Jornalismo e Design que se referem ao uso de conteúdo, sem necessidade vital, apenas para *fechar* uma página. Ou seja, para atingir uma configuração mínima de publicação. De acordo com o Dicionário de Comunicação, *calhau* é:

Notícia, artigo ou qualquer matéria de importância relativa (como anúncios a serem publicados por permuta) que, na falta de coisa melhor, serve para encher os buracos originados pela falta de material editorial ou por erro de cálculo de diagramação." (Rabaça & Barbosa, 2002).

O **formato padrão** de qualquer imagem no jornal *mobile* é retangular horizontal (próximo de um quadrado). Isso aumenta a percepção de que a diferenciação entre tipos de imagens – foto, publicidade ou ilustração – foi vulgarizada, inibindo o potencial das mesmas no novo meio. Para Bruno Drummond (2017): "O espaço existe, mas as editoras (pelo menos as tradicionais) preferem ocupar o miolo dos texto com mais propaganda." A ilustração precisa disputar atenção com blocos de imagens publicitárias e pode virar ruído da maneira como vem sendo utilizada. Para Vinicius Machado:

A função da ilustração de modo geral continua a mesma. O que o ilustrador deveria pensar é que, com as tecnologias *mobi* e a imensa variação de *gadgets*, sua ilustração deve estar adequada a pelo menos alguns dos principais formatos. Parece estranho pensar isso, mas tal como o design de interface se tornou responsivo, com o layout mudando de acordo com as dimensões da tela, talvez seja interessante pensar em ilustrações que se adequem ao dispositivo, ou seja, que tenham um ou dois pontos de quebra (no desktop seria uma ilustração, no tablet a mesma ilustração mais estreita ou simplificada e no mobi com outra disposição). Esse processo é altamente custoso, o ilustrador teria que fazer de duas a três versões da mesma imagem pelo menos. A alternativa seria o ilustrador já pensar em uma imagem que facilmente adeque seus elementos a outros formatos, mudando poucas coisas de lugar e organizando seus arquivos para facilitar as alterações. O objetivo de tudo isso é que a ilustração mantenha sua relevância nos dispositivos, inclusive aumentando as possibilidades de criação. Do contrário, o risco é que a imagem que não se adapta a mídia fique incompreensível, se torne dispensável ou, pior, vire ruído para o usuário. (Machado, 2017).

No gráfico a seguir, apresentamos os principais temas identificados nas respostas à pergunta C: "Como ilustrador, como você vê a inserção da ilustração nas versões *mobile* dos jornais para leitura em smartphones?"



Outros temas (12), citados uma única vez: Ter preocupações com internet é diferente de pensar mobile first; Resultado visual é melhor que impresso; O jornal impresso perdeu seu referencial na formação de leitores e futuros profissionais – TV é a referência; Nova geração já cria para novos formatos e mídia; Jornais populares não trabalham a inserção no digital como os grandes jornais; Inserção ligada a necessidade de entretenimento; Incompreensão de linguagem do Desenho de Humor e ilustração por parte de profissionais digitais pode atrapalhar inserção; Imitação excessiva de referenciais estrangeiros atrapalha; Função da ilustração se mantém; Fotografia tende a ocupar espaço da ilustração, pela praticidade; Formação: redação digital ainda é uma mistura de profissionais oriundos de TV e Impresso; Direitos autorais devem ser considerados.

Figura 57 – Prevalência dos temas identificados nas repostas da pergunta C

No *smartphone* pode ocorrer da ilustração não ser lida de uma vez, por inteiro, obrigando o leitor a observá-la por partes, através do recurso de rolagem. A **dissociação texto-imagem** atrapalha o diálogo entre ambos. Mário Alberto exemplifica:

No digital não tem uma composição de página. Sinto falta. É um problema. Por exemplo: você abriu uma matéria e tem lá a ilustração. Você "escrolou" e a

ilustração vai embora. Sumiu a ilustração. (...) A página [impressa] é fixa, está tudo preso ali. Já na internet tudo é móvel. (Alberto, 2017).

Para Alvim, infográficos sofrem menos com essa nova organização por trazerem o texto integrado em uma mesma imagem. A ilustração sofre mais, longe do texto.

A ilustração é uma linguagem não verbal, dissociada do texto enquanto elemento gráfico. Ela está intrinsecamente ligada ao texto pelo seu conteúdo, mas na organização gráfica ela fica separada. A infografia tem uma integração maior com o texto. Talvez por isso se insira mais facilmente no *mobile*. (Alvim, 2016)

Tudo isso pode levar a uma perda de importância editorial da ilustração, que estaria retornando ao status de *calunga*. Para Orlando Pedroso (2017), a Ilustração "virou penduricalho, tanto no impresso como no digital". Cida Calu trabalhou em O Globo durante a reforma gráfica do jornal no final dos anos 1990, realizada sob consultoria do designer e ilustrador norte-americano Milton Glaser. Naqueles anos, o projeto gráfico previa a valorização de uma "imagem dominante" nas páginas, que poderia ser uma ilustração. Para a ilustradora, na transição dos jornais impressos para os digitais, os projetos de Design ignoraram esse conceito:

O Milton Glaser veio com a proposta de termos sempre uma imagem dominante. Isso que foi a dificuldade na hora de migrar para o *online*. Porque uma imagem dominante, qual era a ideia? Ou era foto, ou infográfico ou ilustração. (...) Quando o Milton fez isso, todo mundo babou! A sensação [agora] é a de que houve um retrocesso. A gente voltou pra calunga. A ilustração voltou para um *status* que ninguém dá bola para ilustração. Querem foto. (Calu, 2017).

A partir da década de 1970 até 1990 houve reconhecimento da Arte como elemento que traz qualidade ao produto, desenhistas atuando como colunistas, cujo conteúdo reforça a identidade do jornal. Os traços característicos de ilustradores e caricaturistas tornaram-se parte do projeto gráfico e do universo afetivo dos leitores. No caso do redesenho de O Globo, citado por Cida Calu, houve inclusive uma mudança de status organizacional, onde o Departamento de Arte passou a ser reconhecido como Editoria de Arte. Essas mudanças ocorriam dentro de uma tendência maior da indústria jornalística de tornar os jornais menos *textuais* e mais *visuais*⁵¹, incluindo maior participação ativa da Infografia e do Design de Notícias⁵².

⁵¹ O termo *visual* é utilizado aqui para referir-se a imagens (fotos, desenhos e gráficos) em contraponto a conteúdo em linhas de texto.

⁵² Discutido amplamente pelas pesquisas de Ary Moraes: "Infografia – o design da notícia"(1998) e "Design de Notícias – um estudo de casos múltiplos" (2010).

Entre pro Globo em 1995 e a ilustração era calunga. O ilustrador era um desenhista de calunga. (...) Ainda era tapa-buraco. Aí o Milton Glaser veio. Era aquela história de trazer alguém de fora. Nós éramos chamados de Departamento de Arte. E o Léo [Tavejnhansky], ele realmente tem esse mérito, peitou para que virássemos uma Editoria de Arte. Por isso que antes disso, quem era editor dali não era editor da Arte, a Arte era apenas um algo a mais. O cara era editor de não-sei-o-quê e tinha também que ser Editor da Arte. O editor às vezes ia lá, dava um alô pra gente e saía fora. O [Celso] Itiberê foi quem deu mais atenção. Antes do Milton Glaser vir, ele reuniu todo mundo e disse: “Olha, vamos ter que mexer nisso tudo aí. O jornal como um todo será mexido. Quero que vocês organizem tudo o que vocês fazem: mapas, etc.” Ele queria que criássemos uma unidade. (Calu, 2017).

O Design desenvolveu-se e ganhou respeito junto ao Jornalismo, passando a atuar mais estrategicamente, responsabilizando-se por projetos especiais junto ao centro decisório da redação e tornando o trabalho cotidiano padronizado em níveis operacionais. Enquanto o *diagramador* era um profissional fundamental pela sua capacidade técnica de resolver manualmente problemas gráficos na redação do jornal impresso pré-digital, a função do *designer* está mais ligada à de projetar e boa parte da atividade operacional de efetivamente diagramar páginas no dia-a-dia foi automatizada, podendo ser realizada por profissionais de qualquer formação através de *softwares* programados para respeitar minimamente o projeto gráfico do veículo. Essa mudança está em conformidade com as observadas nos regimes de trabalho de várias profissões contemporâneas: elimina-se o *braço* onde *programas* tornaram desnecessários destreza manual e cálculos objetivos, mantendo-se um número menor de funcionários onde estes ainda sejam aparentemente imprescindíveis: projetar e resolver problemas subjetivos. Fernando Rodrigues, que atuou em redações entre 1971 e 2014, tem uma visão crítica a aspectos da transformação ocorrida na diagramação dos jornais:

O que acontece é o seguinte: em uma redação de jornal, você tinha uma escala de valores. O repórter, o redator e o diagramador. A função de diagramador, hoje designer, antigamente, era considerada muito importante, por isso tinha um bom salário. Se os diagramadores não chegassem na redação, o jornal não saía. (...) Eles desenhavam a página. (Rodrigues, 2017).

Rodrigues exemplifica como era o cálculo feito das páginas:

E como era feita a página? O redator batia a matéria numa lauda: 30 linhas, certo? E 72 toques. E o diagramador multiplicava 72 x 30, que era o seu total de toques disponíveis. Então, o diagramador dividia por 75 picas, o que era 1 coluna – aí ele tinha a altura. 72 [toques=1 linha/lauda] multiplicado por 30 [linhas/lauda] são 2160 toques. 2160 dividido por 75 picas [= 1coluna] é igual a 28,8 cm, a altura em 1 coluna. (...) Os caras eram bons. Por exemplo, se só dava pra fazer a matéria em 2 laudas? Quando a matéria não fechava a página, usava-se uma pequena *calunga*, uma ilustração para tapar buraco na página, e aí resolvia. [Pergunta: E

fechava a página?] Isso. Eu mesmo já fiz *calunga*. Porque o *Mapas & Gráficos* também tinha que saber desenhar. E muitas vezes, num quebra-galho, o ilustrador também fazia um infográfico. (Rodrigues, 2017).

Em sua visão, o designer terá menos liberdade por conta das programações.

Vai abrir um programa e mandar bala. O editor vai chegar, sugerir uma foto, escolher uma página e pá-pum, acabou! O Design de jornal, para mim, ficou uma coisa meio removedora de blocos. (...) Eu falava isso e o pessoal começava a rir. Não existia mais designers, a profissão correta seria removedores de blocos. Uma foto recortada? Você tem um programa que recorta... [P: Mas a ideia de recortar é nossa, não?] Sim, mas não tem muita *ideia* nesse mundo. O editor às vezes sugere: quero recortar essa foto. Algumas profissões estão entregues às baratas. (Rodrigues, 2017).

O jornal mobile já nasce dentro desse contexto, onde o design sistematiza o projeto gráfico a partir de *templates* preenchíveis, tornando viável a confecção de três versões de um mesmo produto diariamente. O conteúdo cotidiano do jornal é republicado sob uma forma padronizada no *mobile*. Eventualmente, essas rotinas podem forçar um desenho planejado para uma forma diferente, específica do impresso, a enquadrar-se inadequadamente na forma *mobile*, rígida. Cavalcante (2016) passou por essa experiência: "E quando eu fazia alguma coisa para o impresso que ia sair no site? Era meio que um formato de outdoor. Dependendo do formato ficava aquele desenho pequenininho lá no meio e *vazião* do lado. [risos]" Mário Alberto relata um pedido de caricatura, que seria publicada nas versões *desktop* e *mobile*:

Fizeram uma entrevista com o Renato Augusto e veio o pedido clássico: entrevista? Vamos fazer uma caricatura! É uma coisa que usam muito na abertura para chamar o leitor – ele vê o desenho e clica para ler a matéria. Fiz e viajei na forma. Ignorei o fato de que ia para a internet e fiz um desenho muito comprido. O que aconteceu? Quando você abria no *smartphone*, via a testa do Renato Augusto. *Escrolava* e via a boca. O leitor entrava e não via a ilustração inteira. Ficou uma merda! [risos] No *desktop* ficou ótimo mas no *smartphone* ficou horrível. Então pensei: nunca mais faço o desenho muito vertical. (...) Na dúvida, eu faço quadrado! [risos] (Alberto, 2017).



Figura 58 – Exemplos de formatos padronizados para ilustrações e fotografias.

Talvez por isso, ilustradores que fizeram escola no impresso ressintam-se mais da inviabilização, no formato *mobi*, da grande caricatura de página, um dos atrativos da profissão de ilustrador de jornal. Na visão de André Hippertt (2017): "Caricatura se não tiver protagonismo, vira ruído." Mário Alberto (2016) também sente saudade do protagonismo que a caricatura tinha no impresso: "Isso é uma coisa que me deixa incomodado ainda. Eu gostava de ver aquelas caricaturas grandes, de página. A caricatura com a entrevista do lado." Hippertt vê limitações no tamanho de tela do celular para o desenvolvimento de projetos gráficos mais complexos: "Por isso o flat design está fazendo tanto sucesso."

O **tamanho de tela** foi o segundo tema mais citado. Pequeno, tende a impor uma necessidade de **síntese** por parte do desenhista e uma **leitura rápida** por parte dos usuários, acostumados à dinâmica de manuseio do celular. Na visão de Rodrigo Rosa (2017): "Se me pedissem uma ilustração com esse fim, tentaria fazer algo extremamente sintético, pois a plataforma não suportaria um trabalho rico em detalhes que irão sumir na tela de um *smartphone*." Opinião similar à de Lélis (2016): "Acho que ilustração merece espaço e aquelas telinhas me incomodam." Segundo André Mello (2016):

Às vezes, na tela, o desenho dá uma *empastelada*. Tem que ver se precisa ajustar o desenho, ver se a visualização está boa, se funcionou. (...) É que o desenho fica meio confuso ali, não temos muita noção de como ele vai cair ali na página. Por exemplo, no computador visualizamos de uma forma. No *smartphone*, de outra. Pode funcionar em um e ficar ruim no outro. No *smartphone*, se você botar muitos detalhes o desenho não aparece. Perde a leitura. (Mello, 2016)

O tamanho diminuto também **prejudica a apreciação dos desenhos**. Segundo Fê (2017), os *tablets* são melhores para leitura: "Infelizmente devido a dimensão da tela do *smartphone* ser muito pequena prejudica muito a leitura visual da ilustração, diferente dos *tablets* de 10" que são bem melhores para leitura." Marco Carillo (2017) tem "dificuldade de visualizá-las" embora as considere "interessante e com resultado melhor do que as impressões em jornal". Arnaldo Branco (2017) vê a inserção da ilustração no *mobile* "como todo mundo: com dificuldade, tendo que apertar os olhos." Para Bruno Maron (2017): "É meio claustrofóbico, mas a gente se acostuma." Cida Calu acredita que para os leitores e ilustradores oriundos do impresso, o desejo de ver o desenho grande e palpável está associado a um prazer específico, insubstituível:

Fala sério, você que gosta de desenho, a gente não consegue tirar isso da cabeça, esse prazer. Você prefere ver a ilustração num *tablet* ou prefere ver aqui [no impresso]? Você quer ver numa dimensão maior! Só que as pessoas vivem o tempo todo com o celular. Na visão *mobile*, você não vai conseguir ver tudo. (Calu, 2017).

Para Edu Oliveira (2017), a "**rapidez** é a chave nas mídias eletrônicas e obviamente isso dispensará o exagero de detalhes e de tamanho, tanto no texto como no desenho." Brum (2017) acredita que a **leitura rápida** é um fator que favorecerá o uso de ilustração: "Essas novas formas de mídias são de leitura rápida. Muito texto acaba cansando, e as ilustrações, bem empregadas, passando a mesma informação que várias linhas de texto passariam, acaba sendo fundamental nesses veículos."

Thaís Gualberto (2016) observa que é preciso pensar também no **tamanho de arquivo**: "Deve-se ter um esmero com o tamanho do arquivo, pensando-se na conexão da internet do celular, e com o tamanho e quantidade de informações da imagem, já que a área da tela é bem menor que num computador, jornal ou revista." A velocidade e disponibilidade da banda de internet devem ser consideradas, especialmente na realidade brasileira. Se o conteúdo ilustrado provocar lentidão de carregamento é bem provável que os leitores digitais não tenham paciência de esperar. Para Hippertt (2017), o carregamento no *smartphone* ainda é lento: "Acho que é questão das operadoras. Pra mim, é um problema. Se estiver *pesando*, eu desisto. Aí talvez a imagem seja um problema." As reduções nos arquivos podem levar a limitações no desenho, como perda de cores. O limite de dados de muitos pacotes de telefonia celular pode levar o usuário a evitar

conteúdos mais pesados, como vídeos ou sites interativos. Para Cida Calu (2017), nosso comportamento é diferente diante do celular: “Estamos acostumados, se temos uma revista na mão ou um livro ilustrado, a receber aquela ilustração passivamente. No *mobile* você não quer perder tempo. (...) A pressa atrapalha”.

O terceiro tema mais presente nas respostas foi a imagem em movimento – a **animação** e o **vídeo**, que terão mais espaço nos jornais *mobile*. “A animação, a meu ver, é mais adequada a esse meio porque não há a necessidade da detenção do olhar, como fazemos na ilustração,” observou Lélis (2017). “É mais confortável de você assistir no celular,” reforça André Mello (2017). O vídeo no *smartphone*, principalmente em *tela cheia*, delimita a exibição das imagens em uma área fixa, mitigando o problema da ausência de um *layout* estável. A leitura do texto ilustrado, ao contrário, é sujeita a interrupções incidentais, pelo deslocamento da barra de rolagem, aparições de camadas de publicidade e notificações de outros aplicativos, impedindo a contemplação da ilustração.

O tema relaciona-se a uma hipótese levantada no questionário: o meio digital favorece a **imagem em movimento**, como a animação, ao invés de uma ilustração estática? Muitas respostas creem que sim. Para Francisco Martins (2017), “o formato digital também vai facilitar uma evolução para a imagem em movimento e a linguagem sequencial.” Renato Machado (2017) sugere uma “ilustração animada,” tipo “jornal do Harry Potter”. Para André Mello (2017): “Você não pode sair de uma plataforma estática para outra que tem o recurso do movimento, como é o caso do celular, e manter tudo estático”. Fernando Rodrigues enfatizou essa opinião:

Parado, já era. (...) Se você colocar uma charge animada no celular, com certeza ela vai ser vista. (...) O mundo virou uma televisão. Como as coisas estão muito rápidas, as pessoas também estão muito rápidas. Quer ver uma coisa? Você para num bar e as pessoas estão todas mexendo no celular. Mas as pessoas estão em movimento! Ele está falando com alguém, etc. Elas não estão paradas no celular para ficar olhando uma imagem. A cabeça das pessoas está em movimento. Na minha opinião, se você hoje, colocar algo que vá tomar mais de um minuto para a pessoa entender, ela não lê. É muito simples. Se alguém te mandar um texto maçante no celular, você simplesmente não lê. (Rodrigues, 2017).

Curiosamente, a mesma cultura da pressa, inerente ao manuseio do celular e à navegação na internet, seria um impedimento ao vídeo e à animação. Edu Oliveira (2017) alerta: “Se os meios eletrônicos nos permitem animar um desenho ele tem que ser em contrapartida um arquivo leve e uma animação simples, clara e

rápida." André Mello (2017) reforça: "Geralmente são vídeos curtinhos. Porque está provado que, se for longo, as pessoas não assistem. Acho que está tudo partindo para isso. É o futuro." Estudos apontam que o período de atenção (“*attention span*”) em 2008 era, em média, de 5 minutos e 7 segundos. Para acomodar-se aos hábitos das novas gerações, acostumadas ao vídeo em *streaming*, com acesso instantâneo, os comerciais diminuíram de 30 para 15 segundos de duração, em média (Baron, 2015, p.166).

O **gif animado** talvez seja o meio termo entre a animação em vídeo e a ilustração – algo próximo de uma ilustração animada, com arquivos leves e sequências curtas, em *loop*. Calu e Vilalba creem que o formato é um caminho para a ilustração:

Tudo que é imagem pesa pra caramba. Se você for salvar para web, você coloca 99%... 1% já dá leveza. Não vai fazer com que a galera, diga: “Ih, tá demorando!...” e passe para outra página. Então toda a ilustração que você ficou fazendo ali, amando, cuidando, – e já vai ser vista desse tamanho! [faz gesto]... Faz tudo o que puder para tornar mais leve! (...) Faço gifs animados. Você vai tirando cores, porque não pode mostrar tudo o que você quer ali. (Calu, 2017).

Mês passado a Folha de São Paulo fez uma sobre o clássico Corinthians x Palmeiras onde estão começando a utilizar gifs animados. Percebo que estão usando bastante gifs. Nesse dia, do especial, o gif era uma jogada legal: ao longo da reportagem tinham textos, fotos e os gifs, que casavam perfeitamente. É um material pensado para o suporte – não tem como fazer um gif animado para o impresso. (Vilalba, 2017).



Figura 59 – Exemplos de trabalhos especiais online que utilizaram animação.

Cavalcante levanta a questão do **propósito** e da **motivação** relacionados às mudanças de mundo, que podem influenciar a percepção e finalidade dos trabalhos:

Acho que temos uma formação – você também é desenhista. Você vê um trabalho estático, mas enxerga ali um monte de coisa. Nesse olhar está o teu movimento! Se o cara não é desenhista, está acostumado a ver vídeos, é diferente. Tanto que na Arte agora tem um profissional só para fazer vídeos. Então tem uma tendência. Mas é para ver o movimento. O conteúdo tanto faz. Quando você pega um bom cartaz de filme, aquilo te estimulava a ir ver o filme. O cartaz é estático e o filme tem movimento. É a mesma coisa. Talvez tenha um efeito manada, as pessoas acham uma tendência e vai todo mundo atrás. Hoje a facilidade de se fazer um vídeo é muito grande. O leitor talvez espere isso. Então tem essa confusão: de você ter uma imagem pela beleza e uma imagem que simplesmente você quer ver pela informação ou movimento. Até a curiosidade entra: quando você não conhece uma pessoa, só de foto, e tem a chance de ver um vídeo? [risos] Tudo entra: curiosidade, propósito, interesse... Acho que falando de um trabalho mais artístico, a arte tem uma unidade que não vai mudar. Você olha um Rembrandt, feito em 1600s – essa beleza não mudou e nunca vai mudar. Agora, o que representa um cara hoje quer fazer um trabalho desses? Pra quê? Qual o propósito? (Cavalcante, 2017).

Para um quinto dos entrevistados, a inserção da ilustração no *mobile* é uma **transição, é natural e inevitável**. Ela é tida como **bem-vinda** quando associada ao avanço tecnológico e considerada **inevitável** devido ao fim do jornal impresso e da consolidação do *smartphone* como plataforma de leitura. Edu Oliveira (2017) vê essa transição com normalidade e lembra que “a ilustração sempre evolui se adaptando à mídia. De paredes de pedra até os *smartphones* os meios de exibição sempre terão vantagens e limitações. Acho que não difere muito do texto.” Vladimir Souza (2017) vê como “Totalmente favorável e imprescindível essa adaptação. A arte não pode ficar fora das novas revoluções digitais, pois isso faz parte dos novos processos em sociedade.” Para Priscila Vieira (2017): “a ilustração vai se adaptando aos novos tempos e essa inserção é fruto da evolução dos meios de comunicação. Natural e necessária.” Jottas (2017) acredita que “temos que evoluir junto com a tecnologia, pois na minha opinião, logo não existirá mais os impressos.” Para Lúcio Oliveira (2017), também é “inevitável”, pois “o papel jornal vai acabar. Mesmo trabalhando com diversos jornais, não abro um jornal impresso há anos. Tudo está sendo transferido para o eletrônico.” Alexandre Lage observa que o público que lê pelos celulares deve crescer ainda mais:

Daqui para frente vai ser tudo celular. Acho que o celular vai crescer ainda mais, sem chegar a virar um *tablet*. Não será um *Ipad*. Nosso acesso de *Ipad* é ridiculamente baixo. Consideramos muito pouco. Hoje em dia, o [acesso por] celular já está em quase 70%. (Lage, 2017).

Entretanto, quase um quinto dos entrevistados (18%) afirmaram **não utilizar o *smartphone* para ler jornais**. Odyr Bernardi (2017), por exemplo, afirmou que “não saberia dizer”, pois usa “o telefone para postar fotos no

instagram e é só.” Assim como Rafael Campos Rocha (2017): “Pelo fato de eu mesmo não ter aparelho e detestar esse tipo de contato tenho dificuldade de opinar.” Rodrigo Rosa (2017) “confessa” que não é “um leitor de jornais ou o que seja em smartphone, nunca adquiri esse hábito”. Para Chico Caruso (2017): “Embora eu seja *analfabite*, acho que todos os meios devem ter jornal e, conseqüentemente, charges e ilustrações”. Lélis (2017) afirma não ter como responder: “além de não abrir jornais, também não procuro ilustrações em meios digitais”. André Hippertt e Vitor Cafaggi também estão nesse grupo: “Vejo muita coisa pelo celular, mas não jornal. Eu sou um cara das antigas” (Hippertt, 2017). “Também não tenho como opinar sobre isso. (...) Leio reportagens de temas que me interessam a partir de links postados em redes sociais. Mas não leio jornais no celular. Nunca nem vi como é a seção de quadrinhos de um jornal pelo celular” (Cafaggi, 2018).

O **formato da ilustração**, embora associável ao tema principal – Design –, foi singularizado como um problema específico. Como o *formato da ilustração* pode mudar para adequar-se melhor ao *mobile*? **Formatos quadrados** (nem horizontais, nem verticais), **modulares** (que funcionam em partes que podem ser eliminadas ou recombinadas) ou **responsivos** teriam melhor resultado. Para Robson Vilalba:

Acontece uma coisa engraçada, o jornal [impresso] tem aquele formato retangular, então, normalmente, as fotos e ilustrações são altas, o que facilita a composição da página, fica mais agradável. O Desktop e o Mobile já pedem uma coisa mais horizontal, quadradinha. (...) A gente fazia as duas versões quando ilustrava. (Vilalba, 2017).

Vinicius Machado atenta para a possibilidade de se pensar em módulos:

O que o ilustrador deveria pensar é que, com as tecnologias *mobi* e a imensa variação de *gadgets*, sua ilustração deve estar adequada a pelo menos alguns dos principais formatos. Parece estranho pensar isso, mas tal como o design de interface se tornou responsivo, com o layout mudando de acordo com as dimensões da tela, talvez seja interessante pensar em ilustrações que se adequem ao dispositivo, ou seja, que tenham um ou dois pontos de quebra (no desktop seria uma ilustração, no *tablet* a mesma ilustração mais estreita ou simplificada e no *mobi* com outra disposição). Esse processo é altamente custoso, o ilustrador teria que fazer de duas a três versões da mesma imagem pelo menos. A alternativa seria o ilustrador já pensar em uma imagem que facilmente adeque seus elementos a outros formatos, mudando poucas coisas de lugar e organizando seus arquivos para facilitar as alterações. (Machado, 2017).

Vitor Cafaggi, perguntado se já considerara modificar, futuramente, o formato de suas tiras para leitura pelos celulares, lembrou uma estratégia modular antiga, utilizada pelos autores de tiras norte-americanos nas páginas dos jornais dominicais:

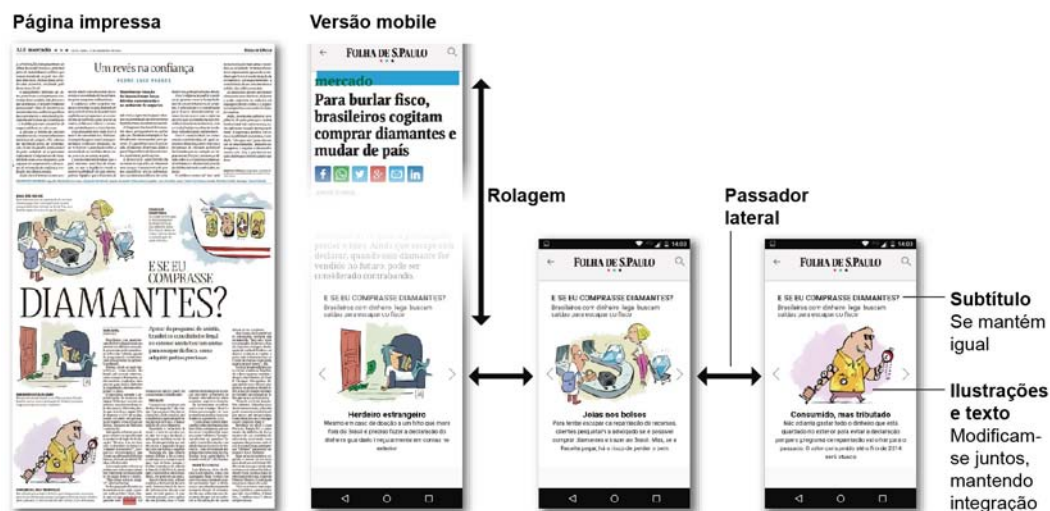
Nunca pensei nisso. Como respondi antes, não recebo nenhum retorno da parte do jornal. Caso eles fizessem uma pesquisa que demonstrasse isso e me passassem essa informação, acredito que eu teria sim que repensar o formato da tira. Provavelmente teria que pensar numa composição da tirinha em que os quadrinhos atendessem um formato mais vertical e também uma distribuição dos quadrinhos na horizontal. A mesma tirinha teria que funcionar nos dois sentidos mudando apenas a montagem dos quadrinhos. Antigamente sei que essa era uma preocupação dos autores nas tirinhas dominicais americanas. Diferentes jornais tinham diferentes formatos e eles precisam que as tiras se adaptassem a cada jornal. (Cafaggi, 2017).

A **usabilidade** seria outra forma de abordar o problema. Como seria custoso produzir um desenho distinto para cada plataforma, o formato melhor adaptado ao *mobile* seria o ideal, podendo ser reproduzido nas demais plataformas, como um mínimo denominador comum. Alvim e Alexandre Lage explicam em suas respostas:

No desktop você pode ter um vídeo no auto-play. O leitor *escrola* a tela e o vídeo *starta*. No *Ipad*, isso é impossível. Então, se você pensar uma narrativa com o vídeo e com desenhos, por exemplo, você vai ter que botar um botão. É mais fácil você seguir um critério que inclua todos do que um que exclua algum *device*. (Alvim, 2016).

Tem que adaptar. Vejo o Mário Alberto fazendo os desenhos dele para o blog e ele está usando um formato quadrado. Que aí se adapta bem numa tela *wide*, se adapta bem no celular... tem que ser modular! Tem que encaixar. (..) Você vai ter um monitor muito *wide* com barra de endereços, favoritos, você vai achatando. A gente sempre trabalha ali com um meio termo das telas. (Lage, 2017).

Gil Tóquio (2017) também acredita em um nivelamento: "A versão mobile ainda não é tão boa quanto a de *desktop*, mas tem melhorado. A tendência é haver maior nivelamento da experiência de uso em todas as plataformas digitais, móveis ou não."



Folha de São Paulo, 9/9/2016, ilustrações de Jean Galvão. Infográfico da pesquisa sobre reproduções da internet.

Figura 60 – Exemplo de diagramação em módulos para mitigar a dissociação texto-imagem.

Um tema correlato é a **orientação vertical** do conteúdo, incluindo a animação e o videografismo. Alvim (2016) acredita que a tendência seja "a de que os players de vídeo fiquem verticais, para que o usuário não tenha mais que virar o celular. Já tem gente estudando isso." Alexandre Lage (2017) corrobora: "Mudou o formato, é mais vertical. A tela mudou. Até o vídeo está vertical. Se filma com celular na vertical".

Muitos ilustradores veem o momento atual com cautela, pontuando que **os problemas ainda não foram adequadamente abordados** para formar uma opinião. "Ninguém parece ter pensado nisso até agora. O melhor site pra mim em aproveitar ilustrações na versão on-line é o da revista *Piauí*," comenta Kleber Sales (2017). André Mello (2017) percebe que "ainda não se preocuparam muito com a ilustração de jornal no *smartphone*. (...) só pegam o desenho e colocam lá. Não tem essa preocupação de pensar o espaço da ilustração." Renato Machado (2017) acredita que ainda estamos *caminhando*: "pode ser melhor." Seri (2017) ressalta que "esse ambiente não é secular como o jornal impresso". Para Mário Alberto, a internet ainda está sendo descoberta: "Como fazer esses trabalhos na internet? Como podemos fazer funcionar no *smartphone*? (...) De repente amanhã alguém tem uma ideia para isso, inventa um jeito onde o desenho desce junto do texto..." Cavalcante também acredita em melhoramentos:

Acho que vai melhorar pra caramba. Mas não é só em relação à ilustração. Acho que ainda estão resolvendo um monte de coisas para o jornal funcionar: como o leitor vai ler, como fazer uma rolagem, uma leitura mais amigável. Eu via lá no Globo os caras quebrando a cabeça. Tinha gente que ficava lá trancada numa sala, secretamente, justamente para desenvolver esses conteúdos. Então, nisso tudo, entra a ilustração mas entra também a questão da fotografia, para ver como isso está sendo lido. Ainda tem muita coisa para ser resolvida. (Cavalcante, 2016).

Mário Leite defende que há muitos conceitos ainda pouco consolidados:

As pessoas ainda não se dão conta do que é infografia ou ilustração. Ou ilustração-infográfica na internet. A questão do *mobile* então, é algo que as pessoas nem chegaram a discutir ainda com a propriedade que deveria porque elas não conseguiram chegar ainda nem nas primeiras questões. (Leite, 2017).

No afã da inserção no jornal digital, os ilustradores alertam para o **risco de descaracterização, excessos e soluções forçadas**. Como um pioneiro e veterano de infografia e ilustração de internet, atuando desde 2000 no jornalismo digital, Mário Leite recorda como, então, a tentativa apressada de cobrir *hard news* podia, por vezes, esbarrar na ausência de repertório para trabalhos de internet, ainda embrionários:

Quando aconteceu o acidente do Herbert, a gente se sentiu incapaz de fazer algo. Era o evento mais trágico desde o surgimento da *Globo.com* mas, em compensação, a quantidade de gente que vi fazendo coisa ruim... com todo respeito, não é culpa, é contingência. Infográficos tétricos, que pareciam desenhos animados do pica-pau. (...) Nesse caso, teria sido melhor pegar o jornal e transpor para a internet. Que foi o que acabou acontecendo. Porque isso também é uma questão. A sedução que a internet te dá com a possibilidade da animação é também uma armadilha. Quando a gente começou na *Globo.com*, estava rolando o caso dos ranários do Jáder Barbalho e a editora de país queria que a cada clique que se desse no gráfico, pulasse uma rã. Então você tem essas idiosincrasias, essas esquisitices. (Leite, 2017).

Na visão de André Hippert o exagero no uso de recursos interativos e animados gera dificuldades no fluxo de leitura, interrompendo o leitor recorrentemente, e pode terminar por estragar um bom conteúdo:

Interatividade demais é chato! (...) Quando a J.K.Rowlings foi mostrar o Harry Potter, pensaram que não ia dar certo. Era um tijolo que as crianças não iam gostar. Sem ilustração. "Ninguém mais quer ler hoje em dia", pensaram. E foi um sucesso absoluto. E as crianças começaram a ler. E só tijolo. Não tinha uma porra de uma ilustração no livro, cara. Depois virou filme, etc, mas todo mundo queria ler o livro antes. Você pode quebrar um paradigma se tiver um produto excelente. E você pode estragar um negócio se começar a 'pipocar' demais as coisas. Detesto coisa *pipocando* na minha cara. Mas eu sou velho. (Hippert, 2017).

Mário Alberto (2017) relata cuidado ao incorporar elementos de animação ao seu trabalho. Para o chargista, um trabalho verdadeiramente animado é algo específico, que requer uma infraestrutura diferente da ilustração.

É sempre um risco. Às vezes tenho vontade de fazer uso de animação. O pessoal já pergunta: "charge animada?" E eu digo que não. Animação é outra coisa. Eu fiz charges animadas no Lance lá atrás, entre 2000 e 2002. Eu mesmo fazia no Flash. Mas era *toscão*. Não era o meu trabalho. Fazia uma versão traço de cor chapada. Não dava para fazer o meu trabalho. O Flash não suportava, não dava pra fazer movimento nenhum, ficava pesado demais. Durante anos, volta e meia vem um editor e me pede "charge animada". Animação é uma coisa que requer uma equipe para fazer direito. Requer animadores. É algo muito trabalhoso, coisa de maluco. (Alberto, 2017).

Ainda dentro do tema, o **excesso de texto** também é um problema na adaptação de conteúdos ilustrados à versão *mobi*. Cida Calu e Alvim compartilham dessa visão:

Outra coisa que o jornalista ainda não aprendeu, e é pedido e sugerido: enxugar texto. Ainda está grande, caudaloso. (...) Quando você fecha ali [no celular] - que o texto é responsivo, não importa o tamanho da tela. E a ilustração, por mais que você reduza, ela não vai ampliar. Se você faz a largura, no mobile, ela fica desse tamanho. Se você já faz ela menor, quando reduzir, ela fica maior. (Calu, 2017).

Acho que sacrifica muito a Ilustração. Os meios de comunicação de impresso ainda não conseguiram adaptar de forma eficiente seu texto para celular. O texto ainda é muito longo. (Alvim, 2016).

Para 12,8% dos ilustradores, a **infografia se adaptará melhor que a Ilustração**. Brum atribui essa facilidade ao poder de síntese dos infográficos "de preferência interativos." Para Gil Tokio (2017):

No trabalho de infografia, que inclui ilustração, temos alguns processos mais interessantes de transposição para o meio digital. No Brasil há experiências legais de vários canais de notícia e, fora do país, o New York Times tem se consagrado, por exemplo, no prêmio Malofiej com infográficos muito bons na versão impressa do jornal e ainda melhores na versão digital. (Tóquio, 2017).

Mário Leite ressalta que é preciso ir além da transposição e pensarmos em termos do que seria uma linguagem adequada às possibilidades de cada mídia.

Um exemplo fantástico do New York Times de infografia de internet: perto do lance da bolha nos EUA, as pessoas estavam na dúvida se era melhor financeiramente você comprar ou alugar um apartamento. Você inseria seus dados e ele te respondia: com o que você ganha e com essas prestações, é melhor você comprar; ou é melhor você alugar. Só a internet vai propiciar isso! (...) O espaço finito do papel não vai te dar isso. O espaço infinito da internet, dá. É por isso que, nesse caso, é melhor fazer na internet que fazer em jornal. Agora, se é um calendário do pagamento dos servidores? Nada é melhor do que você cortar aquela tabelinha do jornal, dobrar e botar na sua carteira. (Leite, 2017).

Diante do cenário atual, que desfavorece a tradicional ilustração cotidiana de colunas e reportagens no jornal *mobi*, 12,8% dos entrevistados também defendem que o ilustrador deveria direcionar seus esforços a **trabalhos especiais, contando histórias**. Robson Vilalba (2017) corrobora com essa opinião e aposta nos infográficos-ilustrados e nos trabalhos de **jornalismo em quadrinhos**, sua especialidade.

Nas reportagens especiais você vê o desenho cumprindo uma função, seja sendo o conteúdo em si, ou um suporte para o conteúdo, como no caso dos quadrinhos, onde a notícia vem acompanhada das imagens. Acho que esse seja um possível caminho, a curva tende a se inclinar nessa direção dos trabalhos especiais online. (...) Isso é algo que acompanho bastante até por conta do meu trabalho de jornalismo em quadrinhos. Penso que a ilustração e quadrinhos, no digital, tem funcionado nesses especiais. Ali se vê que a ilustração tem um papel [função] e não está ali de 'calhau'. (Vilalba, 2017).

Renato Carvalho concorda, ponderando que a ilustração diária está sumindo:

Temos usado bastante ilustrações em matérias especiais no formato digital. Creio que é uma área ainda a ser muito mais explorada e penso que há muito espaço pra isso. Sinto muita falta da sua utilização em textos editoriais como no jornal impresso. Os artigos são replicados no formato online sem as ilustrações que os acompanham no impresso. (Carvalho, 2017).

O fenômeno a que Renato Carvalho se refere foi observado pela nossa pesquisa documental. Não é algo que se restrinja a um jornal e deve-se, em grande parte, como já discutido, à maneira como a produção multiplataforma está estruturada. Segundo algumas respostas, com a **padronização de fluxo e**

formato, utilizando *templates* para a atualização das notícias e imagens, há menos possibilidade de se negociar ajustes finos na diagramação e publicação do trabalho diário. André Mello e Cavalcante relatam a experiência de produzir ilustrações nesse sistema:

Um problema é que as páginas são feitas pelos jornalistas. Quero dizer: tem os designers que desenvolvem o padrão, mas, na rotina, o cara que está escrevendo é que solta a matéria para o *online*. Já fiz muito desenho que reparei que, quem aplica, é o jornalista. Ele talvez não tenham esse conhecimento para pensar a aplicação. Tem um padrão, mas, às vezes, eles pegam e aproveitam ilustração e fotos. Acho que não têm o mesmo cuidado. (Mello, 2016).

Era todo encaixotado. O formato era bem amarrado. Não é como no impresso em que você negocia se pode dar uma enxugada no texto, dar uma ajeitada... era muito mais fechado. (Cavalcante, 2016).

Tivemos a oportunidade de conversar com o Editor de Arte de O Globo, Rubens Paiva. Designer por formação e com mais de 20 anos de experiência no jornalismo visual, Paiva explica o desafio, entre outros, de se capacitar equipes multidisciplinares para um trabalho cada vez mais interdependente.

Esse é um problema recorrente que os jornais impressos sofrem quando levam suas matérias para o *online*. Existem várias falhas de processo na construção de uma matéria online que podem explicar o sumiço das ilustrações, mas ao meu ver o principal problema está na formação das equipes de online (aqui me refiro a todos na redação que "sobem conteúdo para o site"). É um problema simples: os jornalistas que "montam" as matérias para o site não são treinados na parte visual. Tomemos como exemplo a construção de uma página do impresso: hoje é consenso de que é preciso, além de um jornalista, ter um designer para ajudar a montar a página, de forma a garantir a boa legibilidade, a hierarquia das informações e o equilíbrio entre os elementos visuais (fotos e infos) e o texto. Para se construir uma página do online o repórter geralmente trabalha sozinho, copiando e colando textos em espaços pré-definidos e associando algumas fotos, que nem sempre são as mesmas da versão impressa (isso acontece por que o repórter muitas vezes precisa pesquisar para encontrar as imagens daquela matéria— elas não ficam associadas ao texto). Se considerarmos a velocidade com que as versões *online* são montadas, fica fácil entender porque o "cuidado visual" decaiu na transposição impresso/online. E qual seria a melhor solução? Ao meu ver a resposta está no treinamento visual das equipes que montam o online. Os repórteres hoje precisam ter cultura visual, além de dominar algumas ferramentas simples de edição fotográfica (para criar montagens e dar cortes em fotos). (Paiva, 2017).



Figura 61 – Exemplos de descarte e substituição da ilustração na adaptação multiplataforma.

Para a equipe do GloboEsporte.com, trabalhando diretamente no digital (desktop e mobile) **contar histórias** é o enfoque. Alexandre Lage exemplifica:

O jornalista vem e pede: quero um infográfico assim, assim ou assado. Mas peraí: que história você quer contar? Será que você precisa de um infográfico? Você não pode contar isso com vídeo? Não ficaria melhor? Por quê tem que ter um desenho? Ou então não, o cara tem um texto lá que ficaria muito melhor como um desenho? A gente vai muito pelo *storytelling*: que história você quer contar? Aí se vê se vamos usar ilustração, 3D, vídeo, etc. Depende de tudo o que gira em torno da história que você quer contar. (Lage, 2017).

Sem essa percepção, Mário Leite defende que podemos perder tempo tentando realizar uma transposição impossível do impresso ao digital, no desejo de recriar efeitos e fenômenos característicos da ilustração na página impressa e desperdiçando a chance de buscar uma linguagem própria do que seria Ilustração e Infografia de internet, onde a atuação profissional seria mais próxima à de um **Designer de Histórias**. Para Leite, diante desse universo de mídias e narrativas, o

infografista, assim como o comunicador e o jornalista, precisa se perceber como contador de histórias. E nesse contexto, a tecnologia influencia diretamente na maneira de contar essas histórias.

O infografista é um designer que conta histórias. A grande sacação de você ser designer e contar histórias é você encontrar *templates*. Isso é, de alguma forma, você transformar isso num processo industrial. (...) a grande falha, o calcanhar de aquiles da infografia de hoje, (...) [é que] são histórias que são pequenas ditaduras. Você tem que seguir dentro do ritmo da narrativa de quem a escreveu. Isso tudo para mim é fazer impresso ainda. É fazer televisão, rádio ou cinema. Preciso consumir aquilo dentro do roteiro narrativo que quem fez optou. A grande sacação de fazer infografia para internet é quando você coloca na mão do usuário a possibilidade dele obter as respostas às perguntas que ele quer fazer. (Leite, 2017).

Para Leite, para evitar "uma história retilínea", os trabalhos de internet precisam deixar espaço para o leitor-usuário trazer suas próprias inquietações, podendo interagir, fazendo perguntas e encontrando suas respostas. O Editor de Arte exemplifica: supondo-se um trabalho hipotético que deseja abarcar a história dos acidentes aéreos. Ao invés de pensarmos em uma linha do tempo ilustrada, como poderia ser feito no jornal impresso, um trabalho de internet deveria idealmente ser capaz de trazer repostas às curiosidades dos leitores. Por exemplo: Em qual acidente morreu o maior número de vítimas? Em qual morreram mais brasileiros? Em que continente caíram mais aviões?

E se eu pudesse entregar ao leitor isso, como um objeto que ele pudesse manipulá-lo para encontrar a resposta que ele quer? É esse tipo de infográfico que a gente busca fazer aqui. Nem sempre é possível. (...) Então, você tem várias iscas que pode jogar para pegar o leitor. A que eu gosto, e não consigo fazer sempre, é desenvolver esses objetos totalmente interativos. Meu objetivo cada vez que faço um infográfico é entregar um oráculo na mão da pessoa. Agora isso é vicioso, digo em termos editoriais. Nem sempre é possível. Nem toda história pede isso. (Leite, 2017).

Os pontos levantados no tema anterior alertam para o risco de uma espécie de nostalgia midiática, onde os trabalhos criados para a plataforma *mobile* são avaliados pela régua do repertório das mídias anteriores: impresso, televisão e rádio, por exemplo. A **transposição, acumulação e imitação do repertório de mídias anteriores no meio digital** não é necessariamente a criação de uma nova linguagem. Daí decorre a difícil comparação entre uma ilustração na página impressa e a mesma ilustração no site *mobi* – mesmo que todos os elementos da página sejam transpostos, a relação entre eles, no espaço digital, se modifica: outra escala, diagramação e percepção do leitor-usuário.

Para Francisco Martins (2017), "Toda nova técnica ou nova mídia tende a imitar a técnica anterior. A inserção da ilustração é portanto consequência mas também faz-se necessária diante de uma necessidade de entretenimento." Gil Tokio observa:

Os jornais estão praticamente replicando o conteúdo disponível em navegadores nos aplicativos. No geral são sites e *apps* funcionais, mas sempre aquém da versão para desktop. Até onde eu sei, a ilustração nas versões mobile não costuma ter diferença nenhuma da versão para desktop ou mesmo da versão impressa. (Tokio, 2017).

Rubens Paiva também defende que a ilustração tem mais chance de inserção no jornal *mobi* pela via de narrativas híbridas, onde terá mais potencial que na migração de formas consagradas do impresso para o meio digital.

Vejo sempre bons exemplos de narrativas visuais que privilegiam as ilustrações como principais condutores da reportagem. É muito interessante quando vemos uma narrativa jornalística tendo como alicerce uma série de ilustrações bem inseridas editorialmente (impacto é enorme). Em narrativas assim, as ilustrações geralmente ocupam todo o espaço da tela do celular, sem lutar contra o texto (as imagens fazem parte da narrativa e não são meros adornos estéticos). Mas isso vem acontecendo em jornais de ponta, como o NY Times. Aqui no Brasil a realidade é bem diferente: o desenho é a última preocupação em uma página de notícia online. Quando vemos uma matéria ilustrada no impresso, o desenho muitas vezes tem grande relevância, ocupando um espaço grande e nobre da página. Mas na migração para o online esse desenho acaba sendo diminuído brutalmente, ou até mesmo é cortado automaticamente pelo *template* do publicador do site. No mobile a situação pode se agravar ainda mais: o desenho nem é colocado. (Paiva, 2017).

Um trabalho realizado pela equipe do GloboEsporte.com para a final da Champion's League de 2016 foi destacado na análise documental de nossa pesquisa. Apresentando duas caricaturas como protagonistas, o trabalho permitia ao leitor apreciador da grande caricatura de página do impresso, ter o mesmo prazer na leitura do jornal digital, como uma capa ilustrada de caderno de Esportes. Mário Leite, entretanto, explica que esse não é seu referencial norteador da Arte no jornalismo digital:

Esse exemplo que você citou, da abertura da Champions, serve para falar de transposição. Aquilo não é uma infografia-ilustrada de internet. Aquilo é uma infografia-ilustrada de jornal na internet. E isso é o que pouca gente entende. É o xis da questão. Trabalhar para a internet não é simplesmente transpor as mídias que já existiam para esse grande acumulador de mídias que é a internet. Isso aconteceu com todas as novas mídias que surgiram. Quando se criou a televisão, se colocou um pedestal, um cara falando e se filmou. O que estavam fazendo era filmar o que acontecia no rádio. Ela levou um tempo até desenvolver a sua linguagem enquanto televisão. E isso aconteceu em todo o acumular de novas mídias que foram surgindo. O que todo mundo faz hoje eu já via acontecer – e vejo acontecer – há mais de uma década: que é adaptar a infografia que é feita no jornal para a web. Como simplesmente você pegar o jpeg, o eps ou o tiff, que

habitam as páginas do impresso, colocasse em 72 dpis e colocasse na internet. Isso é simplesmente fazer jornal [impresso] e colocar na internet. (Leite, 2017).



Caricaturas de Mário Alberto para especial apresentando a final da Liga dos Campeões. GloboEsporte.com, 28/5/2016

Figura 62 – Exemplo de caricaturas protagonizando apresentação da notícia na versão *mobi*.

Leite (2017) acredita que um bom infográfico de jornal impresso, se olharmos com atenção, é como um cartaz, ou uma matéria de jornal. É a mesma linguagem, a mesma lógica. Começa pelo lead, uma figura dominante, principal, centro da informação; seguido de informações secundárias, coordenadas, em uma escala decrescente de importância.

Para ir além do repertório do impresso, o ilustrador deve **explorar fenômenos próprios da mídia digital**, como o **paralaxe** e a **interatividade**.

Segundo Cida Calu:

Como a gente pode conquistar esse lugar com a ilustração? Com o paralaxe! Vai passando e a imagem perdura na matéria. (...) Você tem uma imagem, um fundo e o texto passa, mas com trechos dele se mantendo. (...) É quase como se você tivesse um caleidoscópio. É uma função básica até para criar. (Calu, 2017).

Robson Vilalba também acredita que a técnica do paralaxe merece atenção:

Uma coisa que utilizamos numa reportagem, influenciado por algo que vi no New York Times, foi o efeito paralaxe, onde você mexe a frente e o fundo mexe junto. Isso é algo feito para a internet. Até porque você não consegue imaginar aquilo fora da internet, fora do ambiente virtual. Tem as reportagens que a Pública fez com Alexandre Maia, de São Paulo, também é o mesmo esquema, reportagens com quadrinhos. (Vilalba, 2017).

Para Alexandre Lage, a **interatividade** é um trunfo que o digital oferece. Aquela página ilustrada e cheia de detalhes do jornal impresso, agora pode ter interação. "Você pode fazer perguntas e o infográfico te responde".

Por exemplo: o trabalho sobre o "Biótipo dos Atletas". Você colocava seus dados e ele respondia: "você parece com tal atleta"; ou "você seria bom para praticar tal esporte". O papel nunca te daria isso. Poderia te dar ali um leque de opções para se encaixar. Mas o digital te dá uma resposta pessoal [individualizada]. (...) Saber usar a internet é explorar esses recursos e não pensar no papel. É pensar no videogame. É mais um videogame

porque conversa com você. Vejo o videogame como um exemplo mais próximo quando a gente pensa internet. É você chamar o usuário a participar. Ele não está só lendo uma ilustração. Ele quer dar a opinião dele. *Gostei. Não gostei.* Ele quer compartilhar. Mandar para um amigo. Interagir com aquilo. (Lage, 2017).



Figura 63 – Exemplos de trabalhos especiais, ilustrados e online, que utilizam interatividade.

Mário Tarcitano levantou tema que merece registro: "Vejo com bons olhos, mas, por se tratar de uma outra mídia, é necessário conversar sobre **direitos autorais**⁵³."

Para 10% dos ilustradores, a ilustração está sendo **mal utilizada** nos jornais *mobile*. Carvall (2017) foi sucinto: "Mal editada." Bruno Drummond (2017) lamenta o potencial desperdiçado: "Uma pena. As possibilidades são enormes e ilimitadas. Todos os formatos, cores e até animações são possíveis. Basta coragem pra arriscar".

Orlando Pedroso (2017) crê que a **relevância da ilustração está no conteúdo e não na forma ou suporte**: "A crise é outra. Ilustradores e cartunistas deveriam se preocupar com o que têm a dizer, não com o suporte. Muita coisa boa foi produzida e impressa em mimeógrafos e xerox." Para Cavalcante, o propósito artístico de se fazer algo para contemplação, independe das mudanças tecnológicas:

A quantidade de gente interessada em pintura e artes hoje em dia – eu que estou pintando tenho me ligado nisso – é muita gente. Então essa função artística da arte corre em paralelo à tecnologia. A beleza humana, a não ser que mude

⁵³ A reivindicação de ilustradores por percentual sobre a revenda de seus desenhos pelas agências de notícias dos grupos jornalísticos é uma discussão antiga. Em alguns casos, os contratos de trabalho com empresa jornalística preveem que a mesma possa revender as ilustrações criadas em serviço, pois todo o conteúdo diário do jornal passa a integrar o seu arquivo.

radicalmente, que o mundo acabe e vire outra coisa, as pessoas olham uma paisagem, um por do sol, continuam achando bonito como há 500 anos atrás. Aquilo tem essa função. Dentro disso, e com a tecnologia, você pode desenvolver outras linguagens. Mas é outra coisa. Mas o propósito tem que ser o mesmo ao final do trabalho: tem que ter consistência, ser bonito, belo (Cavalcante, 2016).

A inserção na plataforma *mobile* é vista como possibilidade de **maior alcance e visibilidade** para a Ilustração jornalística. Para Jarbas Domingos (2017): "Vejo como algo positivo que inclusive possibilita mais visibilidade." Mário Alberto (2017) reflete sobre o aumento de responsabilidade que vem junto com a maior exposição pela publicação online. O ilustrador exemplifica a partir de uma situação vivenciada:

Queria fazer uma charge para Flamengo e Botafogo fim de semana passado. Aí aconteceu aquela tragédia [Nota: um torcedor foi morto em briga entre torcidas]. Até tinha a charge pronta mas aí pensei na coisa da responsabilidade do humor. A charge não tinha nada a ver com a história, falava das consequências do resultado do jogo. Pensei bem e achei melhor não publicar. Não queria criar uma discussão desnecessária, pela internet do jeito que é. (...) Naquele caso, não queria criar uma discussão que não tinha nada a ver com o trabalho que tinha feito. Então não publiquei. (...) O que aumentou foi a facilidade das pessoas se manifestarem e de você tomar conhecimento dessas manifestações e até se influenciar por elas, criando uma onda que não existe. No impresso, o leitor pode pegar a charge e pensar: "Que absurdo!" Mas ele não conhece ninguém ao lado dele no ônibus, no metrô. Ninguém ao redor dele sabe do que ele está falando e não se cria uma onda. Na internet, junta um com outro e se comunicam: "É um absurdo, mesmo!" (...) Fico reticente de dizer que aumentou a sensibilidade, essa coisa de dizerem "o mundo está muito chato". A facilidade de comunicação é que mudou. Sempre teve isso. E sempre teve idiotas no mundo. Só que agora os idiotas conseguem se juntar na internet e criar uma onda, juntando muita gente que não é idiota e se não visse aquela idiotice, daquele tamanho, como se fosse uma verdade, não seriam influenciados por esse movimento. (Alberto, 2017).

Samuca (2017) vê a maior visibilidade e alcance positivamente, mas pondera que a experiência de apreciar um desenho impresso é "insuperável":

Acho sensacional. Amplia o número de leitores. Atravessa fronteiras de forma imediata. Mas gosto é de ver a ilustração no papel e sentir o cheiro da tinta. Mesmo você podendo acessar o seu trabalho e mostrar na hora que quiser e em qualquer lugar, o "efeito colateral" de ver o trabalho numa capa de revista ou livro numa estante ainda é insuperável. (Samuca, 2017).

Esse apego à **materialidade**, ao "cheiro de tinta", também se manifesta na crença em uma repulsa ou perseguição ao caráter artesanal da ilustração tradicional por parte dos editores e designers nas plataformas digitais. Para o cartunista Bennet (2017):

Vejo que essas novas plataformas têm optado por desenhos mais parecidos com infográficos, traços mais limpos, feitos com canetas digitais. Traços com nanquim e

sujeira parece que não são muito bem vistos, por remeterem ao tempo dos impressos. Não sei, é só uma impressão minha. (Bennet, 2017).

A **demanda por maior envolvimento, agilidade e acúmulo de mais competências** refletiria o processo de produção de trabalhos especiais com conteúdo ilustrado. Para Seri (2017): "Nós teremos que ser mais ágeis ainda, além de termos que criar não só quando nos pedirem." Ser proativo e ter disposição para envolver-se em projetos de equipe e acumular novas tarefas são discursos que pedem uma reflexão mais aguda sobre relações trabalhistas, evitando abraçarmos acriticamente estratégias motivacionais difundidas no meio corporativo no interesse da exploração do trabalho por terceiros. O tema, entretanto, seria impossível de ser abarcado nesta discussão. Podemos pensar, porém, na transformação da própria profissão. Se já não é possível atuar como os ilustradores artistas-gráficos – que desejavam isolamento e imersão para desenvolver sua técnica e estilo, encarando muitas vezes o espaço dado a eles como oportunidade para apresentar ao público sua pesquisa e expressão artística – isso também ocorre por conta da expectativa dos leitores⁵⁴ e dos demais profissionais. Enquanto o ilustrador do século XX queria o seu espaço claramente delimitado na página, abstendo-se de interações que considerasse desnecessárias com outros profissionais, o ilustrador-designer do jornal digital pode, ao contrário, *desejar* o hibridismo tecnológico e a experimentação de linguagens que o meio digital proporciona. Não seria mais uma questão trabalhista, mas também de objetivos e realizações profissionais distintas; *uma nova profissão*. Enquanto o primeiro pode frustrar-se com a impotência da linguagem do cartaz ilustrado na pequena tela do *smartphone*; o segundo, talvez, não estaria satisfeito trabalhando dentro das limitações escolhidas pelo primeiro. Robson Vilalba teceu reflexão sobre este tema:

Algo interessante para se refletir é que dentro do espaço do jornal, hoje, ninguém mais faz só uma coisa. O jornalista também não é mais só jornalista de texto: ele precisa saber filmar, ter uma noção de áudio, fotografia, etc. Entendo que seja complicado o acúmulo de funções – e essa é uma discussão que nem teríamos como entrar a fundo aqui – mas não penso que devêssemos pensar: "agora, nós ilustradores temos que fazer tal coisa..." Todo mundo dentro do jornal está

⁵⁴ A pesquisa não teve como objetivo realizar estudos de recepção. Podemos apenas intuir, como sugerido pelos ilustradores, que a expectativa do leitor-usuário diante do *smartphone* é a de encontrar no mesmo a manifestação de suas capacidades interativas e audiovisuais.

passando por isso, não só os ilustradores. (...) Todo mundo está sofrendo com isso. Inclusive os editores (...) Por exemplo, para uma reportagem da Gazeta do Povo, entrevistei três especialistas do Direito para falar sobre Caixa Dois. Além do texto que acompanhava, fiz gifs animados. Era uma reportagem através de gifs animados. A exceção era um retrato dos entrevistados, que desenhei. Essa possibilidade de unir reportagem e gif animado era atraente. Teve também uma reportagem que fiz em quadrinhos, acompanhando os protestos de professores que aconteceram aqui [em Curitiba], com muitos feridos, e a Gazeta do Povo tinha um acervo de vídeo muito grande. Então, busquei casar quadrinhos com vídeo. Eram tiras horizontais de HQ para o leitor rolar e, eventualmente, um dos quadros animava-se e virava um vídeo. Isso são possibilidades interessantes. É igual você sair da tinta óleo para a aquarela e daí para a gravura, será necessário aprender a ferramenta nova. Você pode buscar olhar para isso com um ponto de vista criativo. (Vilalba, 2017).

Rubens Paiva também acredita que o ilustrador deva estar mais aberto às interações com novas linguagens, obtendo maior participação no jornal digital. O cenário atual, entretanto, onde o ilustrador tende a atuar como *freelancer*, remoto, não favorece a isso:

Para se criar um bom especial online é preciso: web designer, programador/desenvolvedor, infografista, fotógrafo e ilustrador. Desses profissionais, quem mais tem dificuldade de transformar seu trabalho para online é o Ilustrador. Isso acontece principalmente por que esses profissionais são os mais apegados à publicação impressa, o que os afasta da discussão sobre as novas narrativas multimídia. Outro problema é que os ilustradores foram sistematicamente sendo terceirizados e afastados do ambiente das redações, o que os tira também do núcleo criativo e de tomada de decisão na hora de se conceber um especial online. Por essas razões os ilustradores têm uma participação limitada nos especiais online e seus desenhos tornam-se acessórios da narrativa, o que é ruim para o futuro da profissão. (Paiva, 2017).

Embora a ilustração esteja encontrando caminhos nos trabalhos especiais digitais, como visto nas repostas e no capítulo anterior, é importante pontuar que o repertório de ilustrações cotidianas – as de colunas e capas de cadernos, por exemplo –, que justificaram noutros tempos um emprego *diário*, são as que mais sofrem para encontrar lugar no jornal *mobile*. Podemos partir da observação, já citada, entre a relação da página de jornal ilustrada e o cartaz. Ela também é pertinente em relação à grande caricatura de página e as ilustrações de capas de caderno. São trabalhos cujo potencial depende de sua organização na composição de página, que potencializa seu efeito, dando protagonismo à Ilustração e deixando outros elementos numa hierarquia visual diferenciada. Dependem também de sua escala, de tamanho – como em cartazes. Essa característica da página impressa, geralmente diagramada entre 5 e 6 colunas, utiliza o *layout* para permitir ao leitor um rápido mapeamento da totalidade da página, identificando

visualmente elementos em destaque, que o permitem entrar e sair da página de diversas maneiras, engajando com as colunas de texto ou percorrendo as imagens, podendo ler pequenos trechos e saltar entre elementos sem se perder.

Rob Waller, em "Graphic literacies for a digital age: the survival of layout" (2012), traça um resumo histórico da importância da diagramação na relação texto-imagem, demonstrando como o design nas mídias digitais, optando pela prevalência da composição fluída e fugidia, dissocia o texto da imagem, como ocorria no início da imprensa – de tipos móveis. Durante o período de manuscrito, o texto permeava a imagem, enquanto que a revolução de Gutenberg produziu, como efeito colateral, a perda dessa integração, relativamente comum no livro dos copistas. A reintegração texto-imagem só foi reconquistada séculos depois, com o avanço nas técnicas de reprodução. Waller propõe uma categorização para os tipos de diagramação em páginas *fixas, fluídas, fragmentadas e fugidias* (2012, p. 20, tradução nossa).

Diagramação	Fixa	Fluída	Fugidia	Fragmentada
Definição	Texto e imagem travados em posições fixas.	Texto linear fluído em páginas padronizadas (templates).	Páginas are criadas dinamicamente, quando acessadas.	Páginas montadas a partir de fontes diversas.
Uso em geral	Explicação	Narrativa	Comunidade	Investigação
Exemplo	Revistas; livros de referência em páginas ou páginas duplas.	Livro tradicional impresso; e-book (Ex. Kindle).	Jornal online.	Resultados de buscas; aplicativos agregadores de notícias.

Tabela 6 – Quadro síntese, elaborado a partir das categorias de diagramação propostas por Waller.

Ao eliminar o layout fixo, a diagramação *mobile* desbarata o repertório consagrado pelo design de jornais impressos. Comparando uma página dupla de jornal impresso, com diagramação fixa, e a digital, responsiva e fugidia, Waller observa que, nesta última, a mesma história é apresentada sem layout, como "um texto único e linear, sem diferenciação entre seções". Isso acarreta em perda de contato visual com histórias relacionadas, presentes na página impressa. As matérias correlatas são transformadas em links indiretos, desaparecendo de vista na versão digital. Para Waller:

O leitor do jornal impresso pode pular facilmente entre histórias correlacionadas porque, graficamente, o conjunto possui coesão: localização física, hierarquia tipográfica e distinção de gênero visual, tudo isso nos oferece marcos de coesão que estão ausentes na versão web ou são inteiramente lexical. Importante notar que as histórias relacionadas

estão fisicamente localizadas na mesma página que a história sendo lida em determinado momento. Isso significa que não as perdemos de vista, e lembrar de sua presença acrescenta pouco à carga cognitiva do leitor. (WALLER, 2012, p.5, tradução nossa)⁵⁵.

Em nossa pesquisa documental, identificamos exemplos onde uma mesma ilustração foi utilizada no jornal impresso e na versão digital, com resultados bastante distintos. Podemos observar a ausência de uma diagramação fixa na versão *mobile* e a separação entre texto e ilustração decorrente da reorganização dos elementos transpostos.

Jornal impresso
Ilustração de página inteira e diagramação conjuntiva – texto permeando a imagem, em contracapa de um caderno no jornal impresso.



(Reprodução da Folha de São Paulo com ilustração de Rodrigo Visca, 2016)

Versão mobile
A mesma ilustração, reduzida e republicada na edição para dispositivos móveis. A diagramação conjuntiva e o impacto de escala da capa desaparecem na versão digital.



Figura 64 – Infográfico nosso. Republicação de ilustração impressa no digital.

Jornal impresso
A diagramação associa a ilustração ao texto, que a contorna. Na escala da página, a imagem tem destaque, como referência visual presente em toda a leitura do artigo.



Reprodução de página de O Estado de São Paulo, de 28/5/2017, com ilustração de Farrell.

Versão mobile
A diagramação dissocia a ilustração da notícia. Na nova escala, a ilustração perde o referencial que tinha na composição do impresso. Quando se inicia a leitura do texto, ela sai do campo de visão.



Figura 65 – Infográfico de Mitchell para a pesquisa, a partir de reproduções da internet.

Essa fragmentação de conteúdo em unidades menores também impacta a função da ilustração. Pesquisas utilizando a tecnologia de *eye-tracking*, para mapear o caminho percorrido por leitores na página, demonstram que as imagens

⁵⁵ "The reader of the paper version can slip easily between related stories because cohesion within the set is provided graphically: their physical location, the typographic hierarchy, and visual genre distinctions all provide cohesion cues that in the Web version are absent or are entirely lexical. Importantly, the related stories are physically parked on the same page as the story being read at any one time. This means they are hard to lose track of, and remembering their presence adds little to the reader's cognitive load."

pictóricas têm grande poder gravitacional sobre o olhar, sendo dos primeiros elementos a atrair o leitor. Mário Kanno, em seu manual sobre jornalismo visual, ressalta que, quando imagem e texto atuam integradas, “o olhar do leitor *passa* pela informação indo e voltando, fixando o olhar ora no texto, ora nas imagens” (Kanno, 2013, p.27). Holmqvist e Wartenberg (2005) estudaram a função do design no comportamento de leitura de jornais. Utilizando o recurso de *eye tracking* analisaram que fatores do design influenciam a leitura. Na pesquisa, determinaram que a *iconografia*, de fato, principalmente figuras grandes (fator *tamanho*), tem grande poder de atração na página.

In the current data, we divided pictures into information graphics, maps, drawings and photos. All but information graphics contributed significantly to early fixations./Why does not information graphics draw early fixations? Our data does not tell us why; but obviously readers do not judge that information graphics helps them in deciding whether to read a text or not. Pictures - often in combination - with headlines offer a good insight into the contents of the text, but information graphics does not?/The puzzle becomes even more intriguing when we look at the effect of different types of pictures on the *duration* of observation. In our data, texts that are illustrated by pictures are regarded for a significantly longer time than other texts. Texts that have information graphics, however, are attended even significantly longer than texts with other types of pictures. Information graphics increase reading time more than any other type of picture. (Holmqvist & Wartenberg, 2005, p.15-16).

Elementos gráficos diagramáticos como caixas e *olhos* também atraem e funcionam como referencial – alças de apoio para a entrada e saída dos diversos conteúdos. Além disso, elementos com um *eixo* claro, verticalizados ou horizontalizados, chamam mais atenção que os de formato quadrangular. Considerando-se o tempo de permanência, as ilustrações aparecem em segundo lugar, sendo que os infográficos são mais impactantes, nesse quesito, que ilustrações e fotografias.

Função desejada:	Atrair atenção imediata de leitura (o que é visualizado primeiro)	Gerar tempo de permanência (engajamento na leitura)
Fatores de design significativos, em ordem de influência na leitura:	1º Tamanho	1º Tamanho
	2º Posição (esquerda, superior)	2º Ilustração grande ou, ainda melhor, Infográfico grande
	3º “Aspas” ou “Olho” (citações) e Caixas (tópicos)	3º “Olhos” (citações) ou caixa (tópicos)
	4º Ilustração (ou fotografia) grande	4º Cor
	5º Axialidade clara	
Observações:	A cor aparentemente não tem influencia.	Posição aparentemente não influencia.

Tabela 7 – Quadro síntese dos fatores de influência do design (Holmqvist&Wartenberg, 2005, p.15-16).

A seguir, reproduzimos um gráfico da pesquisa de Holmqvist e Wartenberg que exemplifica, em dados absolutos registrados, um padrão de leitura para uma página dupla de jornal "broadsheet" – conhecido como formato *standard*, no Brasil.

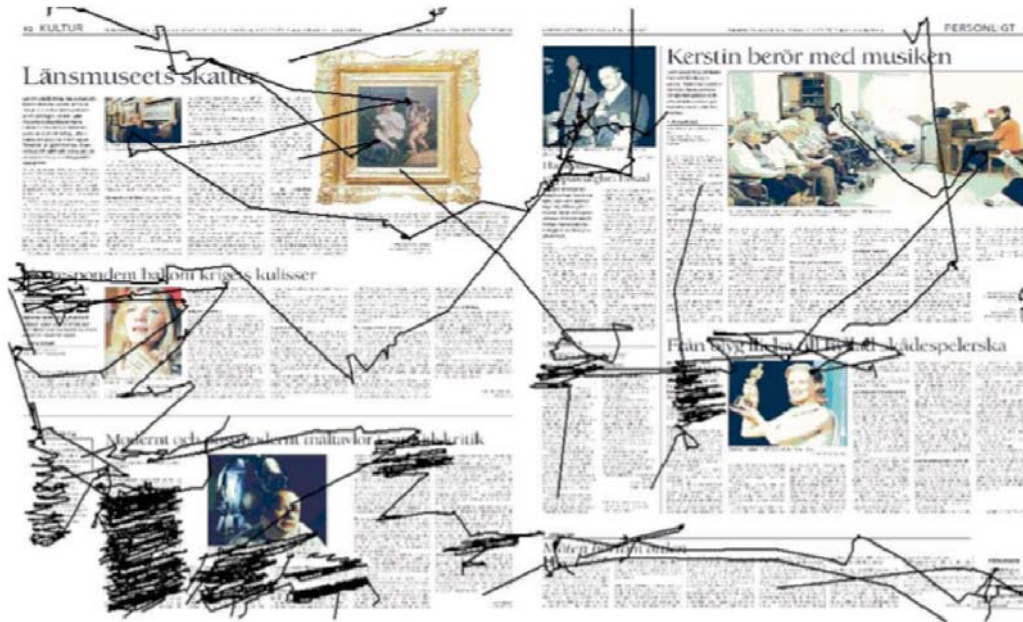


Figura 66 – Exemplo de padrão de leitura apresentado na pesquisa de Holmqvist & Wartenberg (2005, p. 6).

A impossibilidade da apreensão do conteúdo todo, de uma só vez, impede que o leitor construa um mapa mental para navegar entre os elementos da página – e entre as demais seções da própria publicação. Mais de uma pesquisa revisada na literatura sobre a leitura em mídia digital aborda esse fator (Farbiarz & Nojima, 2003) (Holmqvist & Wartenberg, 2006) (Baron, 2015). Decorre daí a sensação de desorientação e cansaço experimentada por leitores acostumados ao jornal impresso, pelo esforço cognitivo extra requerido, ao buscarem a leitura nas versões digitais – sentem-se, por vezes, *perdidos*. Naomi Baron, em "Words onscreen – the fate of reading in the digital world" (2015), compila discussões e pesquisas sobre leitura em tela digital. Estudando o motivo pelo qual a compreensão de texto era mais alta em alunos cuja leitura fora realizada em suporte impresso, a partir das pesquisas da norueguesa Anne Mangen, acredita que

parte do problema com a leitura de texto contínuo em telas (sua amostragem foi de 1.400 a 1.600 palavras) é a dificuldade de se construir um mapa mental do trecho completo. Como resultado, é difícil navegar espacialmente se você quer olhar de novo algo que leu previamente. A navegação é mais simples no papel – um tópico que os alunos em meus estudos confirmaram. Um participante dos EUA disse que ela gosta do fato de que, no

impresso, ela pode "facilmente retornar a algo que já tinha lido", enquanto um estudante japonês reclamou que, em telas, "não é tão fácil de encontrar onde eu parei." (Baron, 2015, p.187, tradução nossa).

Como explicam Baron e Mangen, nas telas, não temos uma sensação de totalidade, pois só vemos o conteúdo pouco a pouco. No impresso, ao contrário, como o texto não se mexe, sentimos tranquilidade, o que nos induz a uma atitude mental de relaxamento e foco no que estamos lendo. Enquanto uma edição impressa tem *começo, meio e fim*, sendo fisicamente possível folheá-la até o final; um jornal digital *nunca termina*, misturando *links* de notícias de dias anteriores para leituras correlatas.

Para Alexandre Farbiarz e Vera Nojima, discutindo as proposições de Joseph Jacobson para um livro digital *encadernável*, a percepção material da totalidade de uma publicação – seu conjunto de páginas, que se avolumam, encadernadas – é fundamental para a memória espacial do leitor que, dessa forma, é capaz de navegar com mais facilidade pelo conteúdo: "folhear um objeto do tamanho de um livro facilita a tarefa de localizar um determinado trecho ou ilustração". (Farbiarz & Nojima, 2003, p.11).

Nanette Hoogslag também defende que o modelo atual de design de notícias *online* inviabiliza duas funções da ilustração: torna-a incapaz de atrair o leitor para engajar o conteúdo; e retira dela a capacidade de oferecer uma interpretação sobre o assunto durante a leitura – impedindo o ir e vir do olhar entre ilustração e texto.

Além de não haver mais garantia de que a ilustração funcionará como elemento de atração inicial, ela perde também a habilidade de produzir sentido através da cooperação entre imagem e texto. A proximidade física e interação fluida entre texto e imagem não estão mais garantidas. Ver uma ilustração nesse espaço editorial terá que ser um ato deliberado, o que força a ilustração a uma posição mais independente, que a levará a ser lida, provavelmente, como uma peça de informação associada./Essa mudança de posição gera dois efeitos negativos para a forma tradicional da ilustração editorial. Quando há perda na produção de sentido pretendido pela leitura subliminar, a ilustração corre o risco de tornar-se uma experiência meramente decorativa. Em segundo lugar, deslocada para uma posição de isolamento, seu significado precisa estar auto-contido na própria imagem, perdendo, portanto, a capacidade de relacionar-se com as entrelinhas do texto. Online, a ilustração editorial como meio para reflexão e engajamento está severamente desabilitada. (Hoogslag, 2013, tradução nossa).

Da forma como vem sendo publicado, o jornal *mobile*, portanto, inviabiliza funções do repertório da ilustração cotidiana, não ligada aos *especiais*, assim como dificulta as estratégias para sua apreciação e leitura em conjunto com os textos.

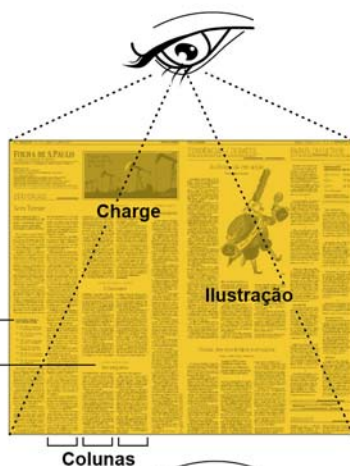
IMPRESSO

1

Mapa espacial
Leitor apreende de relance a página como um todo, mapeando-a

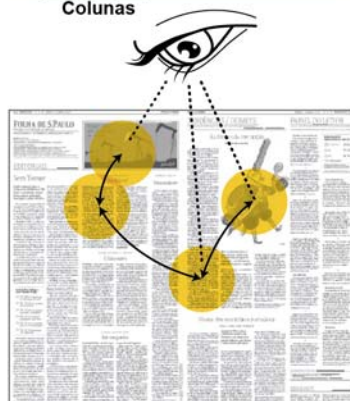
Ilustração atrai
As imagens e elementos gráficos destacados no projeto gráfico, são os principais atrativos ao olhar

Subtítulos e elementos gráficos



2

Movimentação independente
A partir desses elementos como referenciais, o leitor salta entre focos de interesse, variando entre leituras superficiais e profundas.



MOBILE

3

Percepção fragmentada
No jornal mobile, o leitor não tem percepção do todo



4

Saltar requer toque
A diagramação em 1 coluna não permite os saltos entre conteúdos distintos sem intervenção manual – rolagem ou clique



5

As figuras e elementos gráficos organizadores, não estando a mostra, perdem seu caráter orientador.



Funções da ilustração – atrair o leitor, interpretar, comentar e elucidar – são inviabilizadas.



Leitor precisa reter ilustração na memória durante leitura, para a experiência do diálogo texto-imagem.

Figura 67 – Resumo dos desafios para a experiência da ilustração em jornais *mobile*. Infográfico nosso.

Relação com editores, jornalistas e designers – Pergunta D

Nesse conjunto de respostas, o principal tema identificado foi o da **autonomia criativa**, considerada fundamental para a boa relação do ilustrador com os demais profissionais. Para Marco Carillo (2017), “as melhores relações com editores e designers são aquelas onde te apresentam um projeto te orientando o que desejam, mas não amarrando uma ideia pré-concebida e mastigada, deixando liberdade para sua criação.” Samuca argumenta no mesmo sentido:

Gosto de conversar, trocar ideias antes de executar o trabalho quando é o caso. Mas confesso que se sentir livre para criar é o que há de melhor. Num texto opinativo ou ilustração de matéria, se já vir com “bula” e ideia sugerida, limita seu trabalho e sua forma de pensar. (Samuca, 2017).

É considerado normal que o ilustrador receba sugestões e orientações gerais, mas a palavra final acerca do desenho é do ilustrador, que não deveria sentir-se obrigado a concretizar o desenho exatamente como sugerido. Segundo Cláudio Duarte:

Sempre tive uma boa relação com os editores com quem trabalhei. Sou amigo e mantenho amizade com a maioria deles e ainda tenho com alguns uma parceria de trabalho. Meu processo de trabalho, sempre foi ouvir o que ele pensou para tal matéria. Saber o que ele espera e perguntar, (na maioria das vezes nem precisa, já falam direto), a ideia que teve para a ilustração. Depois disso leio o texto até ter uma boa sacada. Caso a proposta de ilustração apresentada pelo editor seja boa (a maioria não é) eu as finalizo sem nenhum problema. Mas de uma forma ou de outra a palavra final é minha onde quer que vá minha assinatura. (Duarte, 2017).

O ilustrador e cartunista Orlando Pedroso defende postura semelhante:

No jornal e na revista o texto chega e eu faço o que quero praticamente sem ingerência. Sempre vem uma “sugestão”, mas elas não são feitas mais pela arte, mas pelo redator que só pensa em imagens como se fosse texto. Tudo é sempre muito explicativo e óbvio. Fujo disso, apresento o que eu acho melhor, mas tem uma garotada sendo formada por esse padrão. Não desenha se não tiver um *briefing*. (Pedroso, 2017).

Já a situação onde jornalistas e designers tentam impor ao ilustrador uma ideia pré-concebida ou até mesmo uma piada, no caso do cartunista, é considerada inaceitável e vista como uma distorção do ofício e da profissão. Quando isso ocorre, surgem atritos. Rodrigo Rosa (2017) relembra sua experiência em redação:

Nos anos que trabalhei em redação de jornal, tínhamos editores que entravam na editoria de arte já com uma ideia pronta do que queriam e, não sei por que, mas geralmente eram ideias ruins, clichês. Nesses casos era um cabo de guerra com o editor, sempre tentando fazer algo diferente do que era pedido. (...) Mas havia casos de editores que vinham com a pauta e te deixavam criar livremente sobre ela, que confiavam no talento e conhecimento dos artistas da editoria de arte. Os melhores trabalhos, invariavelmente, saíam assim, dessa relação de confiança mútua. (Rosa, 2017).

Lélis (2017) corrobora: “Não acontece comigo, mas já vi inúmeras vezes colegas sendo usados como simples ‘lápiz’ nas mãos de editores. Essa é uma distorção perigosa. Um exercício de poder e subjugação.” Lélis recebe um “*briefing* informal, em linhas gerais”, mas ressalta que a criação fica sempre com ele. O cartunista Bruno Maron é mais um a reforçar essa opinião:

Acharia estranho se dessem pitaco na arte, em termos de engenharia da piada...aí já azedou tudo, né? Não tive problemas com isso ainda. Me pedem algo, eu mando e eles publicam. Se pegasse algum editor metido a humorista, acharia meio chato. (Maron, 2017).

Ainda dentro desse tema, há a preocupação dos ilustradores em não se tornarem subordinados aos demais colegas de redação. O excesso de interferências e palpites pode levar a retrabalho e desgaste, como observado por Jottas:

Acho que é muito difícil para todos os ilustradores, pois todos terão uma visão diferente de seu trabalho. Qual ilustrador não teve que refazer o seu trabalho diversas vezes? As vezes você cria aquela ilustração que na sua visão ficará em perfeita harmonia com o texto e com a diagramação, mas pela visão do editor não

vai ficar, aí você refaz o trabalho e o jornalista não gosta, você refaz e o diagramador pede para mudar alguma coisa. (Jottas, 2017).

Cida Calu (2017) defende que o ilustrador se posicione diante de solicitações conflitantes, evitando terminar com o trabalho desfigurado: “Um pede uma coisa, outro pede outra coisa, de repente você está com uma mixórdia na mão, fazendo uma Hidra de Lerna, um negócio maluco. Você quer se isolar e aí vem gente sugerir. (...) Senão não sai nada”.

O gráfico a seguir reúne os principais temas identificados nas repostas à pergunta D: "Na sua atuação de ilustrador, como é sua relação com editores, designers e jornalistas, no processo de concepção e realização de projetos que envolvam ilustrações?":



Outros temas (9), citados uma única vez: Comprometimento político do jornal pode retirar autonomia do ilustrador; Convívio na redação permite melhor gerenciamento de possibilidades e expectativas; E-mail é mal compreendido (em comparação a voz e ao presencial); Editor de Arte tem a função de pensar; Horários: cooperação e comprometimento fundamentais para dias atípicos; Interferência ou edição da piada é inaceitável; Negociação faz parte do processo criativo; Pressão pode ajudar a manter o movimento do processo criativo; Responsabilidade do humorista: depende dele mesmo.

Figura 68 – Prevalência dos temas identificados nas repostas da pergunta D. Gráfico nosso.

O controle criativo pode ocorrer quando um desenho entra em conflito com a linha editorial do jornal. Alguns ilustradores consideram isso

compreensível, uma vez a posição editorial do jornal é sabida de antemão, tornando suas reações a certas temáticas previsíveis. Noções de jornalismo auxiliam a compreender e negociar a inserção do trabalho neste contexto. Segundo Lúcio Oliveira (2017): “Pela longa experiência no meio jornalístico, sei até onde posso ir e não piso em terrenos minados como política, futebol e religião. Por isso a boa relação vai de vento em popa.”

Quando o conflito vai além da linha editorial e é entendido como parcialidade política, os ilustradores são críticos. Para o cartunista Rafael Campos Rocha (2017) as contribuições estão "cada vez mais pautadas e vigiadas." Segundo Bruno Maron (2017):

Existe um código de ética particular em certas editorias que barram certas peças de humor gráfico. Já aconteceu de não publicarem um cartum de teor político, ok, não fico chateado. Acho um pouco deprimente a perspectiva do jornal, esse comprometimento com forças políticas. (Maron, 2017).

A **autonomia criativa** é creditada, pelos ilustradores, à **baixa remuneração** do trabalho. Para Arnaldo Branco (2017), “como pagam pouco, os editores têm um certo constrangimento em dar palpite na parte criativa da *bagaça*”. Bruno Drummond (2017) também acredita que “o baixo orçamento para ilustração e a urgência do fechamento das edições reduzem um pouco o grau de exigência e podem resultar em mais liberdade”.

O segundo principal tema identificado foi **interação, parceria e confiança mútua**, consideradas importantes para a obtenção de um bom resultado, sendo especialmente importante a ideia de "ouvir" e ser "ouvido." Na visão de Baptistão:

É uma relação de parceria. É importante ouvir as ideias dos jornalistas e também expor as suas, para chegar a um resultado de comum acordo. Editores e designers podem dar opiniões importantes para a ilustração, assim como o ilustrador pode propor soluções não imaginadas por eles. (Baptistão, 2017).

Jarbas Domingos também reforça a noção de integração:

O conceito de que fazemos parte de um todo é cada vez mais comum nas redações. Particularmente, trabalho com editores que estão dispostos a contribuir e escutar também. Um contribui com o texto, outro com a arte, outro com fotos e no final temos uma edição que é o resultado do esforço coletivo. (Domingos, 2017).

A importância do diálogo também foi observada na visão de Brum, Mário Tarcitano, Seri e Jottas:

Eu pareço um passarinho na redação. O lugar que menos fico é o meu. Geralmente tô pulando de mesa em mesa, seja ela de editor, jornalista, diagramador, motorista, não importa. Encaro os meus amigos de redação com as minhas principais matérias-primas. Eu ilustro pra um veículo de comunicação, e a

meu combustível é a informação, que tiro dessas pessoas, principalmente nas conversas informais, nas piadinhas. E isso acaba sendo bacana, que além de melhorar muito o resultado das artes, crio um vínculo maior de amizade com todos da redação. Peço sugestões, opiniões, dicas... trabalho em parceria com todo o meu andar de trabalho. Inclusive, corrigindo algo, quando mostro pra eles e vejo uma cara de reprovação. (Brum 2017).

Converso com Jornalistas e designers para melhor atender às necessidades deles, sem perder na qualidade do meu trabalho. (Tarcitano, 2017).

Na maioria das redações em que atuei, nossa relação sempre foi das melhores. Editores, diagramadores, designers sempre admiram o trabalho em equipe, visando o melhor produto para o dia seguinte. São raros os profissionais que trabalham de modo egoísta. (Seri, 2017).

É por isso que eu disse que precisamos manter o equilíbrio e a calma, precisamos focar e criar algo que agrade Deuses e Troianos. Nessa hora você chama o Editor, o Jornalista e o Diagramador para juntos chegar a um resultado favorável a todos. (Jottas, 2017).

A **interação** também varia de acordo com **situação de trabalho** (remoto ou presencial), **tipo de profissional** (jornalista ou designer), **personalidade e tipo de projeto** (cotidiano ou especial). Quem atua como colaborador **remoto freelancer** tem menos interação com a redação e os pedidos e entregas podem ser realizados por e-mail. Gil Tokio trabalha dessa forma:

Por trabalhar remotamente em meu próprio estúdio, a maior parte do diálogo se dá por e-mail. Em alguns casos existe conversa por voz e, mais raramente ainda, existe uma reunião presencial. Acredito que a reunião presencial é a mais produtiva, porém a menos viável no dia-a-dia corrido da profissão. Há 10 anos atrás li sobre uma pesquisa que afirmava que 50% do que é conversado na internet é entendido de maneira equivocada. Em parte isso se aplica na comunicação somente por e-mail e, cabe aos profissionais envolvidos, saberem lidar com essa questão. (Tokio, 2017).

Para Odyr Bernardi (2017), a menor interação não é necessariamente ruim: "Os melhores clientes são aqueles que te procuram porque conhecem bem o teu trabalho, sabem o que esperar, interferem pouco, pagam no prazo. Os piores são os que fazem exatamente o contrário."

Renato Machado descreve dinâmica similar:

Quando é uma página já riscada, com espaço determinado para a ilustração, eu recebo a área em que posso desenhar, e o texto que vou ilustrar. Depois de ler a matéria, eu crio algo e mando para a aprovação. Basicamente é isso. Falo com o jornalista quando a matéria ainda está sendo escrita... ele me fala sobre o assunto em questão, para eu ter ideias. (Machado, 2017).

Na experiência da cartunista Priscila Vieira:

É uma relação de compra e venda. Geralmente me contratam "remotamente" como citado acima. Há muito tempo não participo de reuniões físicas. O pedido vem por e-mail, eu envio orçamento, o cliente aprova com ordem de produção e *briefing*, eu executo a obra e recebo por isso. Ilustração é um produto. (Vieira, 2017).

Para Robson Vilalba, o trabalho **presencial** permite um melhor gerenciamento de possibilidades e expectativas, pelo conhecimento mútuo dos profissionais:

Uma coisa positiva no trabalho diário dentro da redação – e a Gazeta vai deixar de ser diária então ainda não sei como isso vai modificar nossa relação – é o fato de que, como todo mundo precisa colocar o jornal na rua amanhã, todos sabem os limites e as possibilidades de cada um. Não pedem: "quero uma ilustração assim e quero que ela tenha isso, isso e isso... pra amanhã!", entende? Quem faz isso é agente de publicidade que não trabalha com essa pegada diária. (Vilalba, 2017).

Considerando tipos profissionais, **jornalistas** são vistos como piores parceiros por atuarem mais distante do trabalho do ilustrador. Às vezes, são descritos como profissionais sem compreensão da linguagem do desenho ou com pouca *literacia* visual.

Acho que um problema é que não se discute quase nada de cultura visual ou artística nas universidades de jornalismo, então esses profissionais geralmente não sabem muito bem como usar essa possibilidade nem em que momento fazê-lo. É muito comum pedirem uma ilustração apenas quando não há uma foto, pra tapar um buraco. (Rosa, 2017).

Mário Leite, Editor de Arte do portal GloboEsporte.com, também acredita que a natureza do Jornalista é diferente daquela dos profissionais de Arte:

Você sempre vai ter argumentos suficientes para convencer as pessoas de que temos que ter um aquário de Arte ou que a Arte tem que ser espalhada. Eu acho o seguinte: a minha natureza e a das pessoas que trabalham comigo é muito distinta da dos jornalistas. Essa convivência para mim sempre foi violentadora. Não tenho o menor constrangimento em falar que odeio trabalhar no meio dos jornalistas. (...) Me sinto um contador de histórias. (Leite, 2017).

Fernando "Quarenta" Rodrigues também não se sente jornalista:

Não me sinto jornalista. Sempre me senti um cara que trabalha com Arte, em Jornal, mas voltado para a Arte, embora num mundo de jornalismo. Até porque o jornalista – mesmo pensando dessa forma – o que o jornalista faz, até posso fazer. Mas o que eu faço ele não faz. (...) Você escrever, ainda mais no mundo atual, século XXI, você escreve. Agora, um jornalista desenhar, não. Para escrever existem fórmulas, para desenhar, não. (Rodrigues, 2017).

Para Francisco Martins, os **designers** estão mais próximos dos ilustradores:

Existem diferenças sutis entre os profissionais da lista, mas elas estão relacionadas ao processo de troca entre o profissional que solicita o trabalho e o ilustrador. Designers e alguns editores geralmente estão mais abertos a sugestões quando a intenção de explorar possibilidades criativas dentro da página está em questão. Também são mais compreensivos quanto às limitações técnicas versus prazo versus custo. Jornalistas tendem a jogar em time separado, com senso de urgência, pois querem ver logo o trabalho publicado. Não quer dizer que isso seja

sempre um problema, mas pode gerar desgaste se o processo e agendas não estão claros desde o começo. (Martins, 2017).

Gil Tokio crê que o ritmo do jornal impõe interações diferenciadas:

No geral existe um primeiro contato por parte do contratante e são feitos os diálogos necessários para começarmos a produzir a ilustração. Em revistas e livros, costumam ser os designers que conversam conosco. Em jornais também, mas aconteceu algumas vezes do próprio editor de arte fazer o contato por telefone em casos de ilustrações de emergência. Raras vezes é o jornalista que conversa diretamente conosco aqui no estúdio, mas o contato que tivemos algumas vezes se mostrou produtivo. Talvez seja menos viável no ritmo de fechamento de revistas e jornais manter esse contato constante com todos os profissionais envolvidos. (Tokio, 2017).

Além disso, a afinidade ou formação do **Editor de Arte** em Ilustração, Arte e Design contribui para a boa relação. Para Samuca, do Diário de Pernambuco:

Quando o editor tem formação em design, ou quando é uma matéria especial, aí é bom ser pensado em equipe. Aqui no Diário, nossa equipe tem bastante liberdade de expressão nas ilustrações e quando se trata de um caderno especial, a formatação gráfica é discutida em conjunto. (SAMUCA, 2017)

As personalidades dos profissionais envolvidos também seriam decisivas para uma boa relação de trabalho. Nas visões de Edu Oliveira e de X.:

Nesse aspecto acho que é o mesmo que em qualquer interação social, seja ela de trabalho ou não. Vai depender do caráter, da vaidade e dos objetivos verdadeiros dos personagens envolvidos. Na minha experiência já vi de tudo, desde clientes que me dão um desenho e me ordenam que o copie, até pessoas que conversam comigo após a leitura e discutem de igual para igual o que é melhor para o resultado do trabalho interagindo positivamente no “brainstorm”. (Oliveira, 2017).

Na maior parte das vezes [a relação é] muito boa, mas nem sempre é fácil e depende demais tanto do ilustrador quanto dos outros profissionais. Ele pode ser visto como uma personagem que vai desde um cérebro criativo a um peão que produz tapa-buracos. (X., 2017).

A **tipo e complexidade do projeto** também influencia nas interações. Para Vilalba (2017): "O processo com o Editor de Arte se dá mais quando o trabalho é muito longo, um *especial*. Quando curto se dá direto com o repórter ou o editor do caderno." No mesmo sentido, Orlando Pedroso (2017) relata que em projetos maiores "pode haver uma conversa mais longa. São produtos mais cuidados, mas nem sempre isso os faz ser melhores." Na opinião de Vinicius Machado (2017), "salvo em projetos onde a ilustração funciona como parte intrínseca do conteúdo (onde a ilustração tem a função de menus interativos, por exemplo) a relação com os demais profissionais é bem livre, praticamente sem nenhuma intervenção".

De maneira geral, há uma **boa relação** entre profissionais. Para Chico Caruso (2017): "Somos todos colegas de trabalho na arte de sobreviver fazendo jornal". Kléber Sales afirma que a relação é "positiva e de aceitação de opiniões de ambos os lados. fácil e colaborativa." Para Carvall (2017), a relação é "eficaz, sem firula".

Oriunda do jornal impresso e, atualmente, atuando no digital, Cida Calu destacou a importância de **versatilidade** e de **noções de design e jornalismo**. O ilustrador-infografista necessita, cada vez mais, envolver-se com outras esferas do trabalho na criação para internet: "Você vai na reunião, sugere a matéria, escreve e faz a matéria. (...) Isso cada vez mais."

O **profissionalismo** foi destacado como fator pacificador nas respostas de Renato Carvalho e Mário Alberto. O maior reconhecimento profissional da Ilustração e Design diminui a ocorrência de intervenções arbitrárias no trabalho de Arte.

Na verdade, hoje gozamos de maior liberdade em propor formatos a página a partir do infográfico, buscando uma maior interação com o texto, título, fotos, etc. As interferências ainda ocorrem, mais estão bem menos presente, e algumas se dão por questões mais relacionadas ao projeto gráfico do que necessariamente a "opinião" do editor/jornalista. (Carvalho, 2017).

Para Mário Alberto, a valorização dos profissionais, dando a eles mais confiança e responsabilidade, seria, inclusive, uma saída para a crise do jornalismo, evitando cair em soluções mágicas e oportunistas para tentar combater o desinteresse dos leitores.

O jornalismo e tudo que está em volta, se tem uma saída [para a crise] é você investir nos profissionais. Pessoas de qualidade, que saibam o que estão fazendo. Tem um monte de "formador de opinião" agora, falando um monte de bobagem. Se não for algo diferente do que já tem na internet?...(...) O clique é a nova manchete que vende. Antigamente se pensava a manchete que ia vender. Agora é o clique. Fico maluco quando escuto isso: "vai dar muito clique!" Foda-se o clique! [risos] Se vier muito clique, ótimo. Mas temos que fazer as coisas porque é o certo, porque é naquilo que você acredita, é o que deve ser feito. Se for na base de clique, seu trabalho some. (Alberto, 2017).

O futuro do ilustrador na indústria jornalística – Pergunta E

Quando o assunto foi o futuro da profissão, a **desvalorização** foi o principal tema identificado. Na visão dos ilustradores, haverá **menos vagas** e **menos espaços** para publicação. Para Baptistão (2017): "Não é uma visão otimista. A mídia impressa vive uma crise, e isso afeta diretamente os ilustradores, com a diminuição dos espaços para ilustração." Kleber Sales (2017) também qualifica o momento como "difícil" e nota que "as redações encolhem." Bennet corrobora: "Será bem menor. Talvez com gráficos. Caricaturas. Os espaços não

estão menores somente no impresso, no digital sinto que os editores preferem fotos e gráficos.” Odyr (2017) acredita que a Ilustração está “ameaçada como quase toda a profissão jornalística, que encolheu redações e fechou veículos impressos.” Vitor Cafaggi (2017) acredita que “o ilustrador continuará sendo visto como uma figura menor dentro do jornal. Não vejo ele sendo mais valorizado e nem perdendo totalmente o seu espaço.” Já Rodrigo Rosa (2017) observa que há “visível diminuição de espaço para pautas ilustradas.” Para Marco Carillo:

Agora o futuro da ilustração ou de nós ilustradores é sombrio neste mercado editorial brasileiro com o nível muito baixo das nossas gratificações (está cada vez mais difícil pagar suas contas), a banalização e empobrecimento das imagens e a falta de formação intelectual mais do que técnica dos novos aspirantes desta nossa profissão ainda não regulamentada. (Carillo, 2017).

Apresentamos os principais temas identificados nas respostas à pergunta E – “Como você vê o futuro da profissão de ilustrador na indústria jornalística?”, no gráfico a seguir:

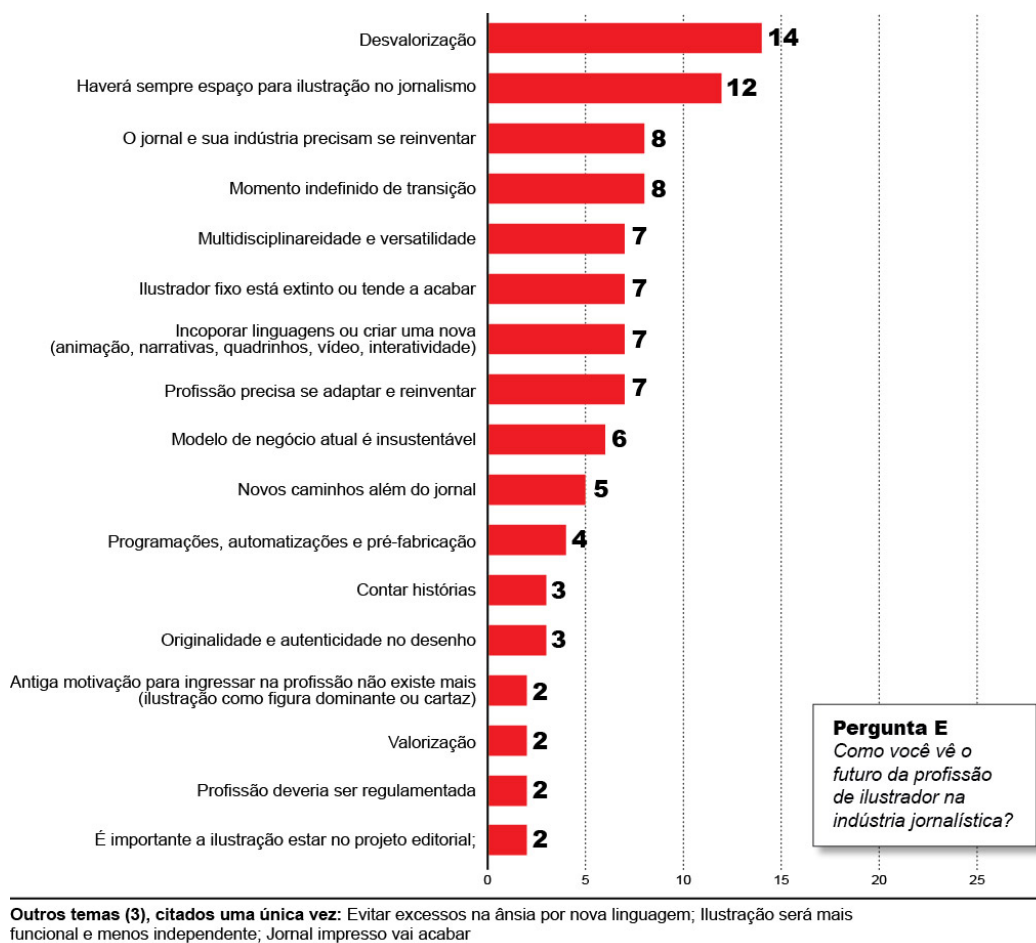


Figura 69 – Temas prevalentes nas repostas à pergunta E.

A **vulgarização** da ilustração e a **baixa remuneração** contribuem para a **subutilização** da mesma. “Só vejo tapa-buracos,” afirma Orlando Pedroso (2017). Para Kleber Sales (2017), “as versões digitais anda não sabem o que fazer com as ilustrações disponíveis.” Para Lélis:

O que vejo hoje é mais e mais ilustradores buscando espaço e, pior, a qualquer custo. Com isso, a discussão sobre a regulamentação da profissão, melhores condições de trabalho e contratos mais dignos caem por de terra dando lugar à necessidade de "aparecer" no mercado fazendo com que nossa atividade seja subutilizada e cada vez mais mal remunerada. (Lélis, 2017).

Esse contexto dificulta o desenvolvimento profissional pela **intermitência** e **saturação de mercado**. Para X. (2017): “Os ilustradores de outras épocas eram bem conhecidos e respeitados e existia até um certo *glamour* na profissão. Hoje parece ser muito mais fácil publicar algo, mas bem mais difícil se firmar no mercado.” Bruno Maron (2017) acredita que o futuro será “mais ou menos como o presente: *frilas* mal pagos sem periodicidade. Nada bom.” Cláudio Duarte (2017) também crê que “o mercado está inflamado”. Para o ilustrador, há “muita gente” ilustrando: “Bons ilustradores, no meio de muita gente que pensa que é ilustrador seduzido pela menor oferta de valorização do ofício.” Priscila Vieira (2017) tem visão semelhante:

Espero que seja mais valorizada. Atualmente a facilidade de produzir imagens e de se expressar através dela, fez com que o número de ilustradores aumentasse. Mas quantidade não quer dizer qualidade. Muitos estão vendendo suas obras por valores irrisórios ou pior: pelo mero fato de "projetar" seus trabalhos em veículos de destaque, o que vem a destruir o verdadeiro mercado. Espero que os novos profissionais se valorizem para que esse tipo de abuso não se perpetue. Desejo também que os editores tenham o bom senso de considerar que ilustração é um trabalho que valoriza o próprio jornal e que por isso deve ser melhor remunerado. (Vieira, 2017).

Apesar do pessimismo, muitos acreditam que **sempre haverá espaço para ilustração no jornalismo**. Esta é a opinião de Rodrigo Rosa, Renato Machado e Seri (2017), para quem, enquanto houver jornais: “sempre haverá espaço para a ilustração”. Jarbas Domingos (2017) acredita que será “necessária enquanto existir indústria jornalística.” Para Francisco Martins (2017): “o que precisamos é fortalecer essa relação [com a indústria]”. Gil Tokio destaca as contribuições do ilustrador no jornalismo:

A ilustração jornalística abrange um leque muito grande de possibilidades. Podemos citar cartunistas, caricaturistas, quadrinistas e vários outros que tendem a usar técnicas tradicionais de desenho (linha, cor, estilização, às vezes humor), mas há necessidade dentro desses veículos de comunicação de diversos outros tipos de imagens: mapas, fotomontagens, gráficos, retratos realistas, arte abstrata, escultura, colagem, modelagem tridimensional, e tudo o que a linguagem de

ilustração permitir. Não vejo possibilidade da profissão deixar de existir enquanto existir esses meios de comunicação. (Tokio, 2017).

A crença em um leitor mais simpático a imagens e menos interessado em textos longos, motiva a noção de que haverá mais espaço para ilustração, mesmo diante da crise. Para Arnaldo Branco (2017), a Ilustração “vai continuar sendo absolutamente necessária, até porque as pessoas querem cada vez menos texto para acompanhar seus gráficos favoritos.” X. (2017) trouxe visão similar: “Acredito que haverá espaço, pois as pessoas estão lendo menos os textos longos e as figuras têm exercido grande papel.”

Antes de se pensar o futuro do Ilustrador, seria necessário pensar o futuro do jornal. “Qual é o futuro da indústria jornalística?,” questiona Carvall (2017). “Com a popularização da internet a indústria jornalística está tendo que se reinventar, alguns veículos tradicionais fecharam as portas ou reduziram bastante suas equipes, inclusive de ilustradores,” observa Thaís Gualberto (2017). Para Vladimir Barros de Souza (2017), a ilustração se adaptará, “deixando de ser um mero apoio, mas base para o jornalismo moderno.” Chico Caruso (2017) condiciona: “Se a indústria jornalística tiver futuro, ilustradores, chargistas e fotógrafos lá estarão. Jornal sem imagem é inconcebível e insuportável...” Para Cavalcante (2017): “O futuro é muito difícil de projetar. Não acho que o jornal vai acabar. Talvez o impresso vire uma coisa especial.” O ilustrador crê que a ilustração também não vai acabar, “mas pode virar algo especial.”

O zelo pela credibilidade e o respeito à função social do jornalismo foi destacada como fundamental para manter leitores. Edu Oliveira (2017) pondera:

Não vejo futuro na indústria jornalística tal como conhecemos hoje. Inclusive, na minha opinião pessoal, acho as palavras “indústria” e “jornalística” moral e eticamente incompatíveis. (...) Quando a busca pelo lucro está na mesma raia do jornalismo, o jornalismo perde. O jornalismo que eu falo é no sentido de atividade que serve à comunidade, tão responsável e importante quanto médico. As pessoas tem que poder confiar num médico, não há alternativa. É uma obrigação moral do médico ser confiável e o mesmo eu acho de jornalista/jornalismo. As maioria das pessoas não tem a quem recorrer por informação além dos jornais tradicionais on e offline, é uma confiança, um farol. Vou dar um exemplo: Você não noticia sobre uma marca de refrigerante que faz mal à saúde por que ela paga anúncio no seu veículo. Simples, para não perder dinheiro eu ignoro uma notícia que todo mundo deveria saber. Eu sei de casos assim. Quando o lado gestor se impõe ao lado cidadão. É isso que eu chamo de indústria, um troço que produz salsicha. (Oliveira, 2017).

Hippertt (2017) reforça a necessidade de credibilidade e vozes dissonantes:

Acho que o jornalismo e os jornais também são um pouco responsáveis pela merda em que eles estão. A única coisa que pode diferenciar um jornal de uma pós-verdade, de notícias *fake*, é ele ser um jornal que tenha credibilidade. E os jornais não estão querendo trabalhar isso, parece que estão *cagando* - querem ser parciais! (...) Outro dia tive uma discussão sobre isso. A primeira página do jornal tinha todos os articulistas dizendo que o Lula se ferrou no depoimento. Não tinha uma voz dissonante! (...) Você pode editar da maneira que te interessa mais, mas vai ter algum maluco, que vai reparar. E vai ver que não é bem assim. Então isso tira também o poder do jornal. Se o jornal perde credibilidade e o leitor não compra mais, você perde seu espaço. É nítido isso. (Hippertt, 2017).

André Mello (2017) teoriza acerca de um futuro pós *fake news* digitais:

Acho que estamos passando por um momento ruim da ilustração por conta da crise – do Brasil, do jornal e do mundo. Agora, minha teoria é a seguinte: o jornal impresso vai acabar, beleza. Aí, vai ficar todo mundo se informando na boataria da internet: pega uma foto, inventa uma legenda e o pessoal acredita. "Esse cara aqui matou dez crianças" E pegam ele na rua e matam. Então, vai haver a necessidade das coisas serem apuradas. As pessoas mesmo vão sentir falta de informação confiável. Aí, no futuro, as pessoas vão inventar uma coisa maravilhosa: o jornal! Um negócio bacana, um jornal impresso! Tudo está voltando... o vinil... (...) [Na internet] você tem acesso a um monte de bobagens no meio do jornal. No impresso, não, você sabe que o que está ali. Está organizado, foi apurado. O problema não é o jornal na internet – é a internet. Uma vez, ouvi: a internet é uma lata de lixo. Às vezes, você encontra uma coisa que preste, mas a maioria não vale nada. (Mello, 2017).

Lélis (2017) chama atenção para a indefinição do cenário atual: “Não sei como responder isso. Acho que posso ser pessimista porque já vivi outros momentos mais profícuos. Pode ser que a ilustração seja redescoberta, sei lá.” Alguns ilustradores pontuaram que o importante é compreender que **o momento é de transição**. A correlação entre a proporção do público do jornal impresso e o do jornal digital ainda não está sedimentada, como observou Francisco Martins (2017):

Não há como virar as costas para o meio digital embora não acredite que o editorial impresso vá se extinguir completamente. Ainda assim este perde força a cada ano. Portanto acho imprescindível antecipar as possibilidades que as novas mídias oferecem como diferencial para cada entrega. (Martins, 2017).

Para Vinicius Machado (2017), seria “mais uma questão do formato que o jornal vai assumir.” Baptistão (2017) corrobora: “A internet é um campo de trabalho ainda por se definir. Acredito que estamos numa fase de transição, o problema é que não sabemos exatamente para onde.” Para Mário Leite (2017), “cada caso é um caso. Qualquer generalismo converge para uma idiotice.” Ele acredita na transformação do jornal:

Quantas pessoas vão visitar a Monalisa por ano? Quantas pessoas vão visitar a Mona Lisa pela segunda, terceira, quarta vez? A Mona Lisa parece que existe desde sempre e vai existir pra sempre. Então, esses vaticínios do tipo “a internet

não aceita isso!” “O jornal não vai existir mais” ou “as rádios vão acabar”. São coisas que você escuta toda hora. As coisas não acabam. Elas se transformam, já dizia Lavoisier. (Leite, 2017).

Seri e Rodrigo Rosa acreditam que a ilustração esteja passando por um de seus “ciclos”. Para Rosa (2017) “daqui a pouco aparece uma nova tendência, uma outra publicação que valorize a ilustração e comece uma nova onda, vamos ver.” Seri (2017) observou que “sempre haverá os ciclos em que se demanda mais ou menos quantidade de Jobs”, algo “inerente ao movimento da imprensa.”

A necessidade de **interação maior com o Design e o Jornalismo** foi outro tema identificado. Para Renato Carvalho (2017), “haverá mudanças significativas sim. Entre elas, essa maior interação com outras áreas, maior diversificação do trabalho.” X. (2017) observa que “um ilustrador precisa desempenhar várias funções e acaba por também ser designer, infografista, editor de vídeo ou de imagem.” Na visão de Samuca:

Hoje, as plataformas são mais amplas. Tanto nos formatos quanto nas novas mídias. Vejo surgir novos talentos e profissionais de outras áreas transitarem no campo da ilustração jornalística. Artistas plásticos, ilustradores de literatura infantil e design gráfico que utilizam as ferramentas digitais para ilustrar. Se bem usadas, não vejo mal. Mas no dia a dia de um jornal diário, é preciso ter critérios jornalísticos para desempenhar bem a função. (Samuca, 2017).

Jottas, por exemplo, atua em vários posicionamentos como ilustrador:

Atualmente um ilustrador não faz só ilustrações. Eu, por exemplo, sempre criei charges, tirinhas, caricaturas, ilustrações e infografias. Acho importante ter experiência em vários segmentos, desta maneira você terá um leque de possibilidades no mercado. (Jottas, 2017).

Mário Alberto (2017) defende a interdisciplinaridade. Para ele, a internet é “interdisciplinar” e “ter essa conversa com outras pessoas de outras áreas é importante para o ilustrador.” Segundo Mário Leite (2017), pensando como infografista:

Acredito que tem duas molas propulsoras no mundo, que de fato levam o mundo para a frente: a ciência e a arte. Acho que o infografista tem a sorte de trabalhar com essas duas coisas. Acho uma profissão extremamente privilegiada. Fico impressionado que meus colegas infografistas às vezes não a vejam dessa forma. (Leite, 2017).

Fernando Rodrigues argumenta que o infografista é o jornalista de imagens:

Na minha opinião, eu falo isso há cem anos, o infografista tornar-se-á um jornalista, mas num contexto de retroagir, porque, lá atrás, o jornalista era um infografista. Porque o infografista era um elemento que não sabia escrever e só desenhava. (...) Vou clarear: homem das cavernas? Ele escrevia através de desenhos. Ele era um jornalista, mas não escrevia. Através das imagens, você entendia a história. Tanto é que sempre falo que ninguém criou o infografista, ele

vem em função da história da humanidade. Aquelas imagens na pedra, só que sem texto. (Rodrigues, 2017).

Apesar de acreditarem que a ilustração terá espaço, **o trabalho de Ilustrador fixo tende a acabar**, sendo considerado extinto por alguns entrevistados. Para Orlando Pedroso (2017): “A profissão acabou. Pode ser reinventada, mas neste momento não existe mais.” Rafael Campos Rocha (2017) acredita o trabalho “vai terminar, como o resto da profissão.” Fernando Rodrigues (2017) tem opinião semelhante, ponderando que, como “meio de vida” tornou-se inviável: “Acho que ilustrador de jornal vai estar extinto em pouquíssimo tempo. Mais rápido do que se imagina. Vai ser pintor, escultor, vai fazer outra coisa.” Jarbas Domingos (2017) aposta em “cada vez menos gente nas redações e cada vez mais gente trabalhando remotamente”. Renato Carvalho (2017) destaca a contradição entre uma cultura de massa que valoriza cada vez mais as imagens na comunicação visual e um mercado jornalístico que reduz vagas para ilustradores:

Não penso que a ilustração deva perder sua importância. (...) Nossa cultura é extremamente visual e tende a se tornar ainda mais com o passar do tempo. Isso deve valorizar ainda mais a profissão de ilustrador no futuro. (...) Parece que o mercado está caminhando em sentido contrário, visto que o quadro de ilustradores contratados tem diminuído consideravelmente nas redações. É muito provável que dentro de pouco tempo o mercado jornalístico trabalhe apenas com ilustradores *freelancers*. Mas penso que a ilustração continuará a estar presente na comunicação jornalística, seja ela digital ou impressa, como parte integrante cada vez mais essencial da comunicação. (Carvalho, 2017)

Incorporar linguagens como animação (vídeo), quadrinhos, e ambientes interativos à Ilustração ou mesmo **buscar uma nova linguagem** para a Ilustração digital em *smartphones* foi tema citado por 15% dos entrevistados. Para Fê (2017): “A ilustração terá movimento, pequenas animações com sons e mais interativas, uma nova ilustração com uma nova tecnologia!” Robson Vilalba acredita nesse potencial:

Se alguns jornais souberem e tiverem interesse econômico em aproveitar, poderão trazer essas ferramentas como conteúdos especiais para dentro dos portais de notícias. Talvez seja esse o espaço. Diferente disso, na minha opinião, são essas novas formas de relacionar desenho e notícia. (Vilalba, 2017).

Mário Alberto acredita ser importante que os ilustradores comecem a pensar e trabalhar essas possibilidades, participando ativamente e compreendendo o que funciona e o que não funciona. O ilustrador relata a experiência na criação de uma história em quadrinhos com versão para leitura em vídeo:

Ano passado fiz umas histórias em quadrinhos – biografias de atletas olímpicos. Disponibilizamos o PDF das páginas no site. Tinha um cara de vídeo, que trabalhou conosco até ano passado. Com formação em cinema, ele foi criando uma narrativa e compondo com os desenhos e o texto, um "*motion comic*", mas sem forçar uma animação. Foi um bom uso do movimento. Não é uma coisa "*tentando ser*". Se a gente fosse tentar fazer animação mesmo, não ia conseguir. Do jeito que ficou, a maneira que ele compôs com os desenhos, criou-se um vídeo – uma forma de apresentar o conteúdo em vídeo. Então o leitor tinha duas formas de consumir: clicando e vendo o vídeo ou baixando e lendo a história em quadrinhos. (...) Os vídeos não podem demorar muito. Como se faz? Uma forma, é sempre oferecer as duas coisas. O cara que não quer ver vídeo, pode ler. (...) É pensar em como fazer as ilustrações nesse meio. Não é necessariamente criar uma charge animada. É criar novas formas. (...) Acho que tem como você ter o seu trabalho nesse meio, sem se aviltar, sem fazer um negócio estranho, sendo relevante. O ilustrador que for por esse caminho, precisa ter interesse – pelo menos interesse. (Alberto, 2017).

Rubens Paiva, editor de arte do Globo, também defende que os ilustradores se envolvam mais com as novas tecnologias, evitando alimentar um "preconceito" contra a web:

Para que o ilustrador tenha seu papel reconhecido nos ambientes multimídia é preciso que ele passe a investir em treinamento e se torne um profissional de imagem multiplataforma. O ilustrador precisa se desvencilhar da ideia de que só a publicação impressa tem relevância e deixar de lado o preconceito com a web. Para ilustrar editorialmente em ambientes online multiplataforma é preciso saber mais sobre os formatos, é preciso estudar animação (vídeo tradicional, gif, motion graphics etc) e também é preciso aprender sobre narrativas visuais. Isso tudo parece complicado, mas na verdade lidamos com esses elementos o tempo todo quando interagimos nas redes sociais. Nesse ambiente multiplataforma de transformação das profissões os infografistas se atualizaram, assim como os fotógrafos e *videomakers*. Mas os ilustradores parecem ter ficado de fora dessa "onda". E o mercado é implacável com os profissionais que não se adaptam às novas mídias. (Paiva, 2017).

Há a esperança de que a profissão seja **reinventada**, ressurgindo futuramente melhor **adaptada** aos novos meios. Esse tema foi identificado por falas que sugerem a necessidade de transformação diante de um momento de crise extrema porém passageira, como a bonança que se espera após a tempestade. Para Brum:

Eu sou um cara otimista. Mas acontecimentos recentes acabam abalando um pouco esse otimismo. Cada vez mais, vemos menos ilustradores nas redações, mas vai chegar uma hora que o mercado vai precisar desse profissional, então vai acabar nos pescando novamente. Afinal, como já disse, uma redação sem um ilustrador, é uma redação incompleta, mas acredito que vai demorar um bom tempo até que essa pescagem seja feita, até lá, a coisa vai ser meio que tensa pra quem quer viver como ilustrador. Acho que (não sei como) devemos reinventar a maneira com que nos posicionamos no mercado pra acabar com essa tensão e termos o lugar que merecemos. Será complicado, mas estaremos sempre presentes. (Brum, 2017).

Lúcio Oliveira (2017) é otimista e acredita que os profissionais precisam “envolver-se mais e criar mais. A internet está aí para isso. O campo é vasto e estamos numa época brilhante.” Para uma ilustradora X. (2017):

Com a decadência do jornal impresso e o crescimento das mídias digitais temos que nos adaptar a novos programas e maneiras de trabalhar. Nossa arte pode ter um alcance muito grande, mas na era da informação rápida nada dura por muito tempo. (X., 2017).

Na visão de Mário Leite:

Não sou religioso não, mas tem um entendimento de que a parte mais escura da noite é aquela que antecede o amanhecer. Vivemos essa fase muito escura agora. A indústria intelectual está em crise e jornalismo faz parte dessa indústria. (Leite, 2017).

O modelo de negócio atual, **insustentável**, seria um empecilho à retomada. Para Lúcio Oliveira (2017), a dificuldade pode levar a desistência: “Poucos conseguem fazer isso virar dinheiro e desistem no caminho. Esse é o grande desafio neste tempo conturbado de mudanças sociais.” Bruno Drummond vê o tema com apreensão:

O tal "modelo de negócio" adaptado às novas mídias ainda não aconteceu. Mas os jornais estão buscando. O The Guardian da Inglaterra tem pedido doações individuais em quase todas as matérias online. Há um trabalho de conscientização de que o bom jornalismo custa dinheiro. Aliás, é o mesmo discurso que ilustradores sempre usaram para vender eu peixe: uma boa ilustração custa dinheiro! Ilustrar não é apenas decorar um texto. (...) Mas, no geral, está ruim pra todo mundo. (Drummond, 2017).

André Hippertt (2017) reforça essa visão:

A internet criou uma geração que acostumou-se a não pagar. Então também recebe algo de baixa qualidade. Algumas pessoas agora estão se tornando mais conscientes, porque sabem que se você não pagar, não vai ter mais artistas. Eles não sobrevivem mais e não vendem mais discos, não vendem a ilustração deles, não vendem os livros deles. As pessoas pegam tudo de graça. E aí vemos algo como a *Netflix* que deu certo! Bota um preço baixíssimo com qualidade dentro. E por mais que *pirateiem*, ele consegue ganhar uma grana preta ali. Como a *Amazon* faz também. (...) Vejo algumas pessoas tentando outras maneiras de ganhar dinheiro, como *crowdfunding*. Mas a maioria que conheço, tenta e não consegue. E, se consegue, é o básico. Não dá para bancar o que foi oferecido. Quem ganha dinheiro com internet é quem cuida do conteúdo: *Google*, *Facebook*. Não produzem uma letra, nem um desenho, mas ganham dinheiro com conteúdo. (Hippertt, 2017).

Vinicius Machado acredita que a saída são os assinantes digitais:

Se os investimentos digitais se mostrarem sustentáveis, acho que o ilustrador pode ganhar muito mais espaço e recurso para trabalhar. Os portais precisam de conteúdo de qualidade e a internet é muito visual. O leitor digital precisa se interessar por uma matéria antes mesmo de lê-la e a ilustração é um recurso fantástico para agregar valor ao conteúdo. Se os jornais conseguirem fidelizar

leitores (assinantes digitais) acho que a ilustração pode ganhar muito mais importância do que é hoje no papel. (Machado, 2017).

O futuro do ilustrador pode estar em **novos caminhos além do jornal**. Trabalhos de jornalismo em quadrinhos, caricatura e ilustração encontram espaço no mercado de livros e redes sociais. Para Bruno Drummond (2017): “O futuro da ilustração jornalística pode também não estar atrelado ao dos jornais. Autores como Joe Sacco ou Guy Delisle têm mostrado novos caminhos com boas reportagens em quadrinhos.” Robson Vilalba, corrobora:

Sou entusiasta do jornalismo em quadrinhos e acompanho produções de outros profissionais nessa área. Isso tende a crescer mas não ligado a um jornal ou veículo específico. O *New York Times* e o *Guardian* fizeram algumas publicações. Na França há uma revista inteira feita de jornalismo em quadrinhos, inclusive com editoriais. O que acho, respondendo de outra forma, o desenho e notícias, ou a ilustração de notícias, ela está saindo de dentro dos jornais e está encontrando outro espaço e outra plataforma. (Vilalba, 2017).

Thaís Gualberto (2017) cogita: “Acredito que os ilustradores ainda têm um futuro à frente na indústria, mas talvez o futuro esteja em um nicho mais recente, alternativo e talvez pague até melhor do que os tradicionais baluartes da imprensa nacional.” André Hippertt comandou por anos a Arte do jornal O Dia como Editor Executivo, mas renovou seu fôlego como caricaturista através das redes sociais:

Estou investindo muito mais no meu lado autoral do que no de Editor. Para retornar a esse meu lado. Fiquei mais conhecido nos últimos três anos do que nos últimos vinte anos.(...) Era Diretor de Arte: ganhei cinco prêmios Esso, quarenta SND, etc. Peguei um jornal e coloquei nos píncaros do Design brasileiro. Mas, *porra*, ninguém sabe disso. Você faz uma caricatura [nas redes sociais] e um cara na China vira teu amigo. Ganha um concurso digital desses aí, você vai no perfil e tem gente falando árabe, chinês! [risos](...) Você consegue algumas coisas por vias indiretas, o que é interessante. Já consegui *freela*, palestras. Fui convidado para ser jurado de eventos. Porque veem as coisas que você está fazendo.(...) Acho que você como ilustrador não deve se esconder, não deve sair da rede. A rede é ruim para você, mas é boa pra você também. Como a gente vai ganhar dinheiro com isso? É outra coisa... (Hippertt, 2017).

Programações e trabalhos pré-fabricados via bancos de imagem e agências também estão no caminho do futuro ilustrador e designer. Embora considere “difícil de fazer qualquer tipo de previsão”, X. ressalta a “facilidade de acesso a programas e aplicativos capazes de gerar imagens ilustrativas em pouco tempo”. Na visão de Robson Vilalba, o contexto de trabalho atual favorece a programação:

Se continuar por essa via de texto, toda a via do Design ficará em detrimento – o que você teria agora seriam programadores trabalhando dentro do jornal. Pelo menos essa é a realidade que estamos passando agora: tira-se o designer e entra o programador. Que é uma coisa muito parecida com o que aconteceu no

Washington Post, por exemplo, eles têm mais programadores que designers. (Vilalba, 2017).

Cida Calu observa que essa perspectiva já existia há mais de uma década. Ela recorda debates ocorridos na redação de O Globo, quando da ocasião de um colega infografista retornar de um curso na agência de notícias Reuters, no exterior:

A gente usava muito a agência para gráficos e aí eles passaram a oferecer ilustração também, coisas prontas. Que é o que já está acontecendo aqui no *mobile*. Já tem pacotes com *templates* prontos. (...) E aí você vai puxar: preciso de uma ilustração disso ou daquilo. A ilustração mesmo, essa que você está pesquisando. Há dez anos ele disse: Cida, o que você acha da agência da Reuters atendendo direto? Quem é que vai querer os funcionários ali tendo carteira, plano de saúde, etc., se ele pode pegar no banco de imagens tudo pronto? (Calu, 2017).

Uma forma da Ilustração se manter relevante é buscando **originalidade**, evitando fórmulas. Mário Tarcitano (2017) exemplifica: “O futuro, com a velocidade das mudanças tecnológicas, é uma incógnita, mas creio que nunca se vai substituir uma ideia original.” Outra aposta é o enfoque em **contar histórias**. Para Alvim: (2017) “A tendência, na Ilustração, é a de que ela cada vez mais seja funcional, reforçando o conteúdo do texto, seja contando histórias ou narrando um evento. (...) Tem narrativa gráfica ou de informação que tem que ter ilustração.” Mário Leite e Alexandre Lage, da equipe do GloboEsporte.com, também acreditam nesse caminho:

Eu acredito muito em boas histórias. Acontece muito do cara [jornalista] ter a matéria e aí ele quer uma ilustração para vender a matéria dele. Só que a história que ele quer contar é chata. Então não adianta você fazer uma mega ilustração que aquela matéria não vai dar clique, entendeu? (...) Se você tem uma história boa, você vai contar ela com vídeo, ilustração ou infográfico e ela vai ser legal. Uma história boa com uma ilustração boa, melhor ainda. Agora com uma história ruim você não consegue fazer nada. Enquanto tiver história para contar, tiver jornalistas bons, que vão buscar histórias que ninguém sabe ou viu, com uma abordagem diferente, vai ter futuro pra todo mundo. Agora se todo mundo quiser fazer a mesma coisa sempre... (Lage, 2017).

Enquanto a gente viver a “ditadura” - entre aspas - das edições, daquilo que foi editado por outrem, veículos que escolhem que tipo de matéria vai haver na *home* ou na *prima* deles, isso daí é um modelo que corre muito mais risco e está muito mais ameaçado do que a capacidade de contar histórias. Acho que isso não vai acontecer só jornal e jornalismo, mas vai acontecer com o entretenimento. É um movimento longo. As pessoas estão começando a dizer o que elas não querem mais. E isso é muito revolucionário. E veículos que não se adaptarem a uma forma nova de contar uma história e de se colocar diante do mercado, correm sério risco. O que a gente busca aqui em nossa editoria é essa linguagem que de fato é a linguagem “*born and raised*” de contar histórias oferecendo uma nova perspectiva. Onde as pessoas possam encontrar um mundo através daquele trabalho. Uma porta de entrada para um universo e não um recorte retilíneo conjugado de tal forma. Hoje em dia as pessoas não se contentam só em ouvir música, elas querem fazer

música. Elas podem fazer música em casa e colocar para o mundo inteiro ouvir. (...) Se há algum futuro ele passa pela gente! Não há futuro na narrativa que não seja nas possibilidades que uma infografia inteligentemente interativa e necessariamente interativa e que responda às suas perguntas. É por aí que é o futuro do jornalismo. Participativo, interativo, vivo, contínuo e sendo construído. Esses são os fundamentos da mídia internet. Acho que é um futuro fantástico que temos pela frente. E o narrador visual é carro chefe desse negócio. Ainda vamos viver um momento de escuridão muito forte, intelectualmente falando, até que a gente vai conseguir reverter isso. (Leite, 2017).

Com a pesquisa de campo, obtivemos uma amostra do cenário atual da ilustração jornalística no Brasil. O levantamento de dados técnicos e socioeconômicos ajudam a pôr em perspectiva algumas das questões mais subjetivas que surgiram nas respostas às entrevistas qualitativas, refletindo sobre o futuro da profissão de ilustrador e os desafios à inserção da ilustração no jornal produzido para *smartphones*. No próximo capítulo, faremos nossas considerações finais sobre a pesquisa.

6. Reflexões sobre a pesquisa e considerações finais

Nesta parte final, repassaremos a travessia realizada ao longo de cinco capítulos, pontuando nossas reflexões sobre as escolhas metodológicas ao longo do caminho, assim como os achados da pesquisa. Faremos também considerações sobre questões que apontam para investigações futuras.

Iniciamos a dissertação investigando os motivos que levam a ilustração a perder espaço entre as imagens dos jornais. Para tal, precisávamos compreender como a produção multiplataforma impacta o trabalho do ilustrador, e que desafios se apresentam para a experiência da ilustração nas versões *mobile* dos jornais.

Em seguida, no segundo capítulo, buscamos definir o que entendemos como ilustração na rotina dos jornais, e como essa imagem se diferencia do restante da iconografia jornalística. A ilustração sobre a qual nos concentramos é aquela realizada pelo *desenho*, com expressão de *estilo* pessoal, e que traz uma *interpretação* ou *visão* do artista sobre um tema. No jornalismo, ela está geralmente ligada aos textos opinativos, embora possa ser utilizada para comentar notícias ou ilustrar um infográfico, que a incorpora. Também foi necessário pensarmos na função da ilustração. Se estamos investigando a possível redução da presença da ilustração nos jornais, precisávamos saber: para que ela serve?

Na revisão teórica, nos deparamos com um problema comum à pesquisa em Design: um número relativamente pequeno de literatura para uma prática específica, em nosso caso, a ilustração jornalística. Incluímos e revisamos, portanto, estudos que interseccionam e tangenciam nossos problemas, como as pesquisas sobre desenho de humor, caricatura, design de notícias, infografia, e ilustração, mesmo as voltadas para o estudo da narrativa em livros infantis. Com essa reflexão, esperamos ter contribuído para a compreensão das funções das imagens produzidas pelo ilustrador, suas diferentes atuações editoriais, assim como uma proposta básica e flexível de análise funcional.

A ilustração atua para *comentar* ou *elucidar* os textos, além de, minimamente, adornar os conteúdos. Ao *adornar*, ela serve para atrair o olhar do leitor e engajá-lo nos conteúdos. A partir daí, o desenho pode comentar, interpretando o texto, e/ou elucidar, materializando a imaginação do leitor ou demonstrando a natureza de um assunto. Essas funções podem sobrepor-se e serem compreendidas de maneira flexível, sempre considerando-se a interação com o

repertório do leitor, de cujo entendimento dos códigos propostos pelo ilustrador depende a ignição das funções. Outra forma de compreendermos a estrutura das ilustrações é pelos eixos *narratividade* e *abstração/plasticidade*. Os desenhos possuem qualidades que se referem a narratividade – sua ligação aos significados verbais das histórias – e, por outro lado, qualidades formais, que se referem a seu estilo plástico ou expressivo. Nesse último caso, a visão do artista manifesta-se de modo não-narrativo, sugerindo sensações, atmosferas ou tensões expressivas, subliminares à leitura. Essas qualidades podem, inclusive, se misturar.

Em seguida, no terceiro capítulo, buscamos compreender a rotina do ilustrador e sua relação com o jornalismo. O ilustrador se sente jornalista? Através de entrevistas exploratórias buscamos discutir se o ilustrador adquire noções de jornalismo, terminando também, por compreender, de modo introdutório, como é sua rotina de trabalho na redação. Depreendemos desse movimento três achados que nortearam o restante da pesquisa. O primeiro, foi a constatação de que, no jornalismo, podemos observar mais de um posicionamento dentro de uma mesma designação de "ilustrador". O ilustrador pode posicionar-se como ilustrador, infografista, cartunista, artista-gráfico ou uma combinação desses perfis profissionais – ilustrador e cartunista, por exemplo. O segundo, foi a percepção de que o ilustrador tradicional, aquele que não é cartunista, nem é infografista, estaria se tornando extinto nas redações. O terceiro achado foi a constatação da possibilidade de uma maior multidisciplinariedade na composição da equipe de arte, que agora conta com profissionais de programação, por exemplo. Essas três constatações nortearam a construção de uma pesquisa de campo mais ampla, apresentada no capítulo 5.

No quarto capítulo, apresentamos uma investigação/análise sobre a presença da ilustração em três narrativas digitais interativas do jornalismo digital. Como trabalhos que apontavam para um futuro da ilustração, explorando características nativas das plataformas online, a observação dos mesmos foi fundamental para o entendimento de como e onde o saber do ilustrador do jornal impresso poderia ser aproveitado no jornal para *smartphones*. Essa reflexão nos alertou para o risco da transposição acrítica de formatos da cultura impressa e audiovisual ao suporte digital. A internet é capaz de reunir essas linguagens que a antecederam em um mesmo caldeirão midiático, mas sua percepção e fruição resultam distintas. Como se tratavam de trabalhos *especiais* dos jornais, eles

apresentavam uma organização e diagramação variadas e distintas do design padrão utilizado no dia-a-dia dos jornais *mobile*. A análise dessas estratégias sugere alternativas para devolver potencialidades à ilustração, apontando novas possibilidades de interações e inserções para os desenhos.

No quinto capítulo, tivemos oportunidade de promover um diálogo entre a teoria e a prática, as vozes do campo, por meio de entrevistas e questionários respondidos por quarenta profissionais de jornais brasileiros. Entre os principais dados quantitativos encontrados, destacamos o baixo percentual de profissionais empregados em redação e que atuam como ilustrador tradicional (4,5%), não sendo infografistas, nem cartunistas. Os ilustradores que também realizam infografia, representaram a maioria dos que trabalham fixo, empregados: 86,3%. Cartunistas foram a maioria entre os que atuam como *freelancers*, remotos: 85,7%. Outro dado relevante foi a quantidade de profissionais que ainda pensam primeiramente no impresso quando se põem a desenhar (75%). Junto a isso, um alto índice de ilustrações são adaptadas por terceiros na transposição para o online (47,5%), sem participação do ilustrador. Como observado na pesquisa documental, um desenho pensado para o impresso e simplesmente aplicado para visualização em plataforma digital, tem menos chances de funcionar. Além disso, a maioria dos ilustradores acredita que a imagem estática tem pior inserção no meio digital (72,5%) que, em tese, favorece uma imagem em movimento.

As perguntas abertas permitiram o surgimento de tópicos inesperados que não haviam sido contemplados na literatura. Alguns desses puderam ser correlacionados com problemas encontrados na coleção de imagens documentais, tornando possível uma melhor compreensão dos mesmos. A fim de oferecer um resumo das entrevistas qualitativas, elencamos, a seguir, os principais temas encontrados nas respostas a cada uma das cinco perguntas feitas aos entrevistados.

Pergunta A: Como você definiria, pela sua experiência profissional, a função da ilustração jornalística?

Comentar, interpretar ou oferecer visão pessoal: no geral, os entrevistados abordaram questões como representar de maneira não literal ou simbólica um conteúdo textual, acrescentando a ele visão pessoal, ponto de vista ou opinião particular do ilustrador, induzindo reflexão e expandindo significados

do texto. A ilustração tendo autonomia para adotar posição neutra, concordante ou discordante do texto.

Pergunta B: Consideremos duas relações de trabalho distintas: o ilustrador que trabalha presencialmente na Editoria de Arte da Redação – diariamente ao lado de outros ilustradores, infografistas, designers e jornalistas –, e o ilustrador que trabalha remotamente – sem obrigação de estar na Redação, desenvolvendo seus trabalhos a partir de encomendas por e-mail e teleconferências, por exemplo –, como você vê os prós e os contras da experiência do ilustrador de jornal em cada uma dessas situações/ambientes, na sua percepção?

Aprendizagem, convívio e riqueza de interações (Pró trabalho na redação): O convívio entre profissionais de gerações e formações diversas é visto como a principal vantagem do trabalho presencial pela oportunidade de aprendizagem de técnicas, conceitos e noções de jornalismo e design, assim como pela riqueza das interações que se desenvolvem na redação de jornal.

Ambiente caótico, vigiado e estressante (Contra o trabalho em redação): A redação é associada negativamente a um ambiente frenético e claustrofóbico de estresse, caos, pressão e loucura, onde há maior intervenção por parte do controle editorial e preocupação com os prazos e horários, além de constante interrupção, prejudicando a imersão do ilustrador em seus desenhos.

Maior autonomia (Pró trabalho remoto): O trabalho remoto traz horários mais flexíveis, menos controle editorial, menos rotina e chance de maior remuneração ao possibilitar a atuação do ilustrador em outros campos da ilustração ou a publicação em mais de um jornal.

Interação e coordenação prejudicadas (Contra o trabalho remoto): A comunicação por mensagem, o *feedback* reduzido e a oportunidade menor de participar dos processos e conversas informais com jornalistas e designers prejudicam a interação e coordenação dos trabalhos, podendo resultar em pedidos mais impositivos, concebidos sem participação inicial do ilustrador.

Pergunta C: Como ilustrador, como você vê a inserção da ilustração nas versões mobile dos jornais para leitura em smartphones?

Design atual inviabiliza antigo repertório da ilustração: O repertório centenário da ilustração jornalística, oriundo das artes gráficas do final do século XIX, depende da composição e articulação texto-imagem com o espaço limítrofe

da página para desenvolver sua força potencial e apreciação. O design no jornal *mobile* tem leitura linear e vertical, dissociando texto e imagem, que inviabiliza esse repertório. Isso resulta em ilustrações deslocadas, disputando espaço visual com a publicidade e perdendo status editorial, sendo tratada, por vezes, como as antigas *calungas*, desenhos improvisados como "tapa-buracos".

Pergunta D: Na sua atuação de ilustrador, como é sua relação com editores, designers e jornalistas, no processo de concepção e realização de projetos que envolvam ilustrações?

Autonomia criativa, sem imposição de ideias ao ilustrador, é importante para evitar desgaste: A autonomia criativa é fundamental para a boa relação do ilustrador com editores, designers e jornalistas. Embora seja natural receber orientações e escutar sugestões de terceiros, os ilustradores rejeitam a imposição de ideias pré-concebidas e desejam ter liberdade de decisão em relação ao desenho que realizam e assinam. O reconhecimento do ofício é importante para uma interação com confiança mútua, não sendo o ilustrador tratado como subordinado dos demais profissionais, um mero executor das ideias dos outros.

Pergunta E: Como você vê o futuro da profissão de ilustrador na indústria jornalística?

Desvalorização: A profissão tende a uma desvalorização, com menos vagas e espaços para publicação de ilustrações, sendo subutilizada ou preterida por editores. A vulgarização da ilustração e sua baixa remuneração, dificultam a formação e o desenvolvimento profissional pela intermitência e saturação de mercado.

Após o término de nosso percurso, alguns tópicos podem ser destacados para reflexão e apontamentos futuros:

- A desvalorização da ilustração no contexto do jornal;
- O ilustrador possível é o que se encaminha para atuar como um ilustrador-designer ou um ilustrador-escritor?
- A importância de maior teorização sobre a prática do ilustrador e a ilustração;
- A necessidade de mais estudos acerca da hibridização e transposição de formas da cultura impressa ao meio digital, a fim de detectar caminhos para o desenvolvimento de uma ilustração própria para a visualização e a distribuição na internet;
- Um designer de narrativas interativas digitais ainda é um ilustrador?

- Alternativas e possibilidades para a inserção da ilustração tradicional nas plataformas móveis do jornalismo digital;
- A cooperação mútua entre o projeto gráfico e a ilustração como o futuro para a produção de soluções viáveis;

A ilustração de jornal teve grande relevância cultural no Brasil, principalmente entre as décadas de 1970 e 1990. Os cartunistas destacaram-se nos conteúdos culturais de combate à ditadura, de luta pela redemocratização e de discussão comportamental. Durante esse período, jornais decidiram promover as charges desde as páginas de editoriais, internas, à primeira página. Revistas em quadrinhos independentes, mas de cartunistas cujo trabalho ancorava-se na publicação diária em grandes jornais, vendiam tiragens expressivas nas bancas brasileiras. Houve também a disseminação do design enquanto profissão e repertório (saber prático) pelas redações, a consolidação do trabalho de infografia, além das oportunidades tecnológicas de inclusão de imagens com melhor qualidade de impressão e de diagramação – informatização das redações e utilização de imagens coloridas mais frequentemente. As ilustrações pouco a pouco deixaram de ser tapa-buracos (calungas) para atuarem como "figuras-dominantes" – imagens principais de páginas e capas de cadernos jornalísticos, protagonistas de infográficos ilustrados. Possuíam o status cultural de cartazes ou pôsteres – o quadro do designer, sua peça de arte. Tudo isso atraiu designers, ilustradores e artistas gráficos para trabalhar no meio, que era bem valorizado. O jornal digital que se apresenta nos *smartphones* hoje, elimina parte desse repertório do design de página, tornando impotente a linguagem do impresso. Os elementos reorganizados em pequenos módulos, em linha, com imagens em tamanho fixo e reduzido, terminam por dar a impressão de que a ilustração cotidiana retornou ao status de calunga nos jornais. Com isso, a ilustração perde potencial e não consegue funcionar no espaço do jornal para smartphone. Suas funções de adornar, comentar e elucidar ficam, muitas vezes, desbaratadas pela desarticulação da diagramação.

Considerando que 38 dos 40 profissionais entrevistados se posicionaram como ilustradores que também atuam como cartunistas e/ou infografistas, podemos nos perguntar se o ilustrador de jornais torna-se, cada vez mais, um ilustrador-designer ou um ilustrador-que-escreve.

Por ilustrador-que-escreve podemos pensar nos trabalhos de humorista, chargista, colunista, quadrinista, cronista ou jornalista – fazendo, por exemplo, textos de infográficos e trabalhos *especiais* de iniciativa da arte. O que todos têm em comum é a capacidade de contar histórias, sejam crônicas ou reportagens – habilidade de grande relevância no jornalismo.

A interseção da ilustração com o design vem do repertório das artes gráficas dos séculos XVIII e XIX, um período muito anterior à informatização da cultura. As noções de composição, layout, produção editorial e técnicas de reprodução são inatas ao ilustrador tradicional. O fato dos suportes digitais inviabilizarem parte desse repertório, não deve ser justificativa para ignorarmos o saber da ilustração ligado às artes gráficas. Ao contrário, sua revisão pode ajudar a nortear futuros projetos para plataformas digitais que pretendam lançar mão do potencial da ilustração. Sem compreender como funciona uma imagem pictórica em uma composição, torna-se difícil projetar publicações digitais em que o potencial da ilustração funcione no novo meio. O ilustrador-designer precisa olhar para o futuro, sem desprezar o conhecimento das tecnologias passadas.

O que houve, talvez, tenha sido reflexo do afastamento gradual do design das artes, onde essas competências, vistas como artísticas, perderam peso para um maior enfoque na atuação tecnológica, no velho embate arte-ciência. As menores oportunidades de trabalhos também são um vetor de pressão nesse sentido, o que acaba se refletindo nos próprios cursos de design, com menor importância dada ao ensino e cultivo do desenho nos currículos.

A necessidade de uma maior teorização sobre a prática, se reflete em duas posturas observadas, por vezes, na revisão bibliográfica e nas vozes do campo. A primeira, se trata de uma abordagem da ilustração por um viés excessivamente artístico-plástico, ou seja, buscando uma forma de elevá-la à condição de Belas Artes, como obra autônoma, sem referência a uma publicação ou texto. O problema dessa abordagem é que ela parece, por vezes, embutir um preconceito: o de que uma ilustração realizada por um artista gráfico ou plástico, de renome, é Arte, enquanto que o trabalho de um ilustrador, não é. Outra abordagem, distinta, é a pelo Design, mas onde a ilustração não é o foco do estudo e aparece rapidamente, como acessório a serviço de algum sistema mais complexo. Nesses casos, a ilustração parece estar fora do campo, como um elo perdido, resquício da ligação do Design com o mundo da Arte industrial semi-artesanal, uma prática

artístico-artesanal periférica à discussão tecnológico-gerencial onde o discurso do Design encontra espaço de expansão. Pode terminar, assim, sem encontrar lugar nas teorias da Arte, considerada demasiado técnica – e sem espaço em teorias do Design, por seu tempero artístico, artesanal e subjetivo. Nesse sentido, são importantes os estudos sobre uma prática *desavergonhada* da ilustração. A ilustração que não tem problema em ser ilustração, desejando compreender suas qualidades em potencial dentro do campo do Design. Embora a compreensão de suas funções possa ser estudada pela comunicação, arte e literatura – em estudos de recepção e leitura, por exemplo –, a ilustração tem a especificidade de ser uma imagem reproduzível, projetada para ser lida em um suporte – um livro, um jornal, um site. Esse aspecto, cujo estudo pode contribuir para o campo do Design, impacta a percepção e experiência da ilustração em sua recepção.

Considerando a dificuldade de inserção da ilustração cotidiana tradicional, estática, no cenário multiplataforma, a sobrevivência e relevância da ilustração jornalística está associada aos trabalhos especiais, de maior fôlego para preparação e execução, e publicação intermitente. Como já observado, isso poderá demandar do ilustrador uma postura mais interdisciplinar. Nessa mistura de linguagens, a ilustração pode tornar-se peça de um game, suporte para navegação por uma narrativa digital ou elemento animado, como as reportagens que utilizam gifs. Novos estudos sobre hibridização, transposição de formas da cultura impressa ao digital e até mesmo de transmídiação se fazem necessários a fim de compreender essa transformação dos profissionais e da própria ilustração, para identificar, por exemplo, o surgimento eventual de uma ilustração de internet – uma ilustração com características próprias do meio digital.

A postura mais interdisciplinar do ilustrador, atuando como um designer de histórias, ou um narrador visual interdisciplinar, nos aponta a questionamentos futuros: seria este novo profissional ainda um ilustrador? Ou melhor dizendo, considerando o que motivava alguém a perseguir a profissão de ilustrador – a paixão pelo desenho artesanal, a manipulação dos espaços da imaginação no permeamento entre o texto e a imagem, o equilíbrio entre expressões verbais e indução de sensações pelas formas e texturas – quando o ilustrador passa a comprometer-se e dedicar-se a problemas do jornalismo e do design interativo, ele ainda terá tempo para a imersão nos seus desenhos? Para desenvolver um estilo?

Entretanto, os dados indicam que o trabalho do ilustrador tradicional no jornal – aquele que recebe uma demanda por ilustração com tamanho fixo, para ocupar um espaço com sua arte, e tem pouca ou nenhuma interação com os demais profissionais da redação – tende a desaparecer, podendo tornar-se inviável economicamente e alheio à expectativa dos futuros leitores, desabituaados a apreciar esses desenhos. Mesmo considerando-se o trabalho freelancer, as edições digitais, como demonstrado, não favorecem a sua apreciação e leitura. Considerando a hipótese de um jornal inteiramente digital, a ilustração de coluna tende a ser extinta?

Os cartunistas e desenhistas-de-humor, entretanto, têm grande chance de adaptação sem maiores transmutações, pois sua "ilustração" é a do seu próprio texto – autoral, humorístico e crítico –, e sua atuação no jornal se assemelha à de um colunista gerador de conteúdo inédito para o veículo. As charges e quadrinhos têm a vantagem de serem *memes* em potencial, podendo viralizar pelos compartilhamentos nas redes sociais. Nesse sentido, é interessante observar esse paralelo do cartunismo com a infografia: a integração texto-imagem em uma unidade autônoma, modular, que as permite uma melhor adaptação ao jornal multiplataforma, que apresenta conteúdos em bloco, pouco a pouco.

Como a ilustração tradicional depende do diálogo com o texto para habilitar suas funções no jornal, uma saída para os ilustradores seria encontrarem uma linguagem e posicionamento que os conferisse status de colunista-ilustrador, justificando sua publicação isolada. Isso permitiria a formação de um espaço de publicação autônomo – uma ilustração que ilustra a si mesmo. Entretanto, tal experiência depende de uma visão editorial que inclua a apreciação do desenho e da ilustração no projeto do jornal, fomentando o hábito e o diálogo cotidiano com o público, que pode ou não abraçá-la. Outra possibilidade, seria a busca de formatos alternativos à barra da rolagem em coluna única. Como visto nos capítulos 4 e 5, há muitas alternativas em potencial para fragmentar o conteúdo e, ao mesmo tempo, manter a integração entre texto e imagem, necessária à ilustração. Identificamos três: o paralaxe, os seletores que passam o conteúdo no sentido horizontal (estratégias de diagramação que devolvam um layout fixo ao conteúdo ilustrado no jornal digital), e o caminho do audiovisual (narração em áudio sobre conteúdo ilustrado, com movimento). O suporte *mobile* permite a narração. Esses formatos em vídeo não são necessariamente iguais às animações tradicionais, mas viabilizam estratégias de apresentação de conteúdo ilustrado em vídeo. Um ilustrador

entrevistado, utilizou o termo *motion comic*, por exemplo, ao se referir à adaptação de quadrinhos para fruição em audiovisual. Estudos posteriores são necessários para a identificação e compreensão dessas possibilidades.

Do ponto de vista do Design de jornais, os projetos gráficos e as ilustrações precisam cooperar mutuamente. O desenvolvimento da ilustração no novo meio depende de oportunidade de inserção, que pode ser prevista nos projetos editoriais. Da mesma forma, os ilustradores precisam interessar-se pelo envolvimento com o Design e o Jornalismo, a fim de investigar as novas possibilidades. Devido ao momento dramático de transição, onde os formatos ainda não estão consolidados, um investimento nesse sentido pode funcionar como um *berçário*, permitindo a experimentação temporária e evitando a extinção precoce de novas linguagens, nascentes, que, reforçadas pelo saber acumulado dos ilustradores pré-internet, poderiam resultar em soluções viáveis no futuro.

7. Referências bibliográficas

AGUIAR, L. Entretenimento: valor-notícia fundamental. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 5, n. 1, p. 13–23, 2009.

ALVIM. **Palácio reconstruído**. Disponível em: <<https://alvimgraphic.wordpress.com/>>. Acesso em: 24/7/2016.

ANIBAL, F; RIBEIRO, D; VILALBA, R. **Um ano depois da Batalha do Centro Cívico**. In: Gazeta do Povo, Curitiba (2016). <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/especiais/batalha-do-centro-civico/index.jpp>>, acesso em 15/6/2017.

ARAGÃO, O. **A reconstrução gráfica de um candidato: os chargistas e a mudança de imagem de Luís**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2007.

_____. **Chico Caruso e os dois lados da tragédia: iconicidade e inconstância interpretativa nas charges sobre riocentro e Santa Maria**. [s.d.].

ARENDT, H. **Truth and politics**. In.: Engagements across Philosophical Traditions, p. 295–314, 2010.

ASSIS, F. Fundamentos para a compreensão dos gêneros jornalísticos. **Alceu, Rio de Janeiro**, v. 11, n. 21, p. 16–33, 2010.

AZEVEDO, D. **A evolução técnica e as transformações gráficas nos jornais brasileiros**. Revista Mediação, v. 10, n. 09, 2009.

BAHIA, J. **Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira**. 4^a. ed. São Paulo, SP: Editora Ática, 1990.

BARNHURST, K. G. **Are Graphic Designers Killing Newspapers?** Revista Latina de comunicación social, n. 5, p. 10, 1998.

BARON, N. S. **Words onscreen: The fate of reading in a digital world**. [s.l.] Oxford University Press, USA, 2015.

BARSOTTI, A.; AGUIAR, L. Duas telas, dois caminhos. A produção de notícias para celular e tablet no panorama dos jornais brasileiros. **Sur le journalisme About journalism Sobrejornalismo**, v. 3, n. 2, p. 56–69, 2014.

BELTRÃO, L. **Introdução à filosofia do jornalismo**. Agir Editora, 1960.

BREED, W. **A teoria organizacional**. In: TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2005.

CAMARGO, M.; GORDINHO, M. C. **Gráfica: arte e indústria no Brasil: 180 anos de história**. Bandeirante SA Gráfica e Editora, 2003.

CAVALCANTE, N. C. de S. **Ilustração: Uma prática passível de teorização.** 2010. 285 f. PhD — Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2010.

CAVALCANTE, P. **Cavalcante Caricaturas.** Disponível em: <<http://cavalcante-arte.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 24/7/2016

COMUNIQUE-SE. **Mais antigo da América Latina, Jornal do Commercio fecha as portas e demite toda a redação.** Disponível em: <<http://portal.comunique-se.com.br/destaque-home/80917-mais-antigo-da-america-latina-jornal-do-commercio-fecha-as-portas-e-demite-toda-a-redacao>>. Acesso em: 8 jun. 2016.

CORDEIRO, R. C. **O design de notícias para tablet e o novo papel do designer.** [s.l.] Dissertação (Mestrado). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Escola Superior de Desenho Industrial., 2014.

EBC. **Celular é principal meio de acesso à internet no Brasil, mostra IBGE.** Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-04/celular-e-principal-meio-de-acesso-internet-na-maioria-dos-lares>>. Acesso em: 8 jun. 2016.

EL PAÍS. **El País dá início a nova era.** EL PAÍS Brasil, 2016. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2016/03/05/tecnologia/1457207138_738744.html>. Acesso em: 8 jun. 2016.

FARBIARZ, A; NOJIMA, V. L. **Um breve olhar sobre a ruptura eletrônica do livro.** In: Congresso brasileiro de ciências da comunicação, Vol. 26, 2003.

FERREIRA, FG. **Gêneros jornalísticos no Brasil: estado da arte.** Bibliocom, v. 4, n. 1, p. Pág–2, 2012.

FERREIRA, RF. **Colecionando experiências museais: a mediação com o público sob o viés do design.** Rio de Janeiro, Tese de Doutorado. Programa de Pós Graduação em Design no departamento de Artes & Design da PUC-Rio. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2017.

FLUSSER, V.; CARDOSO, R.; ABI-SÂMARA, R. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação.** Editora Cosac Naify, 2007.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Novo manual de redação.** Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_producao_h.htm>. Acesso em: 13 jun. 2016.

_____. **No impresso, internet e celular, Folha é jornal de maior alcance do país.** Folha de São Paulo, 27/02/2016. Disponível em: <<http://m.folha.uol.com.br/poder/2016/02/1744085-no-impresso-internet-e-celular-folha-e-jornal-de-maior-alcance-do-pais.shtml>>. Acesso em: 8 jun. 2016.

_____. **Veja as obras que estamparam as capas da Ilustríssima em 2017.** Folha de São Paulo, 7/5/2017. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/05/1881621-confira-as-obras-que-estamparam-as-capas-da-ilustrissima-em-2017.shtml>>. Acesso em: 27 jan. 2018.

FORLIZZI, J.; BATTARBEE, K. **Understanding Experience in Interactive Systems**. In: Proceedings of the 5th Conference on Designing Interactive Systems: Processes, Practices, Methods, and Techniques, p. 261–268, 2004.

FORTUNATI, L.; TAIPALE, S.; FARINOSI, M. **Print and online newspapers as material artefacts**. Journalism, 2014.

FORTUNATI, L.; VINCENT, J. **Sociological Insights on the Comparison of Writing/reading on Paper with Writing/reading Digitally**. Telematics and Informatics 31, no. 1 (2014): 39–51.

G1. **Jornal britânico “The Independent” diz adeus à edição impressa - notícias em Midia e Marketing**. G1, 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2016/03/jornal-britanico-independent-diz-adeus-edicao-impressa.html>>. Acesso em: 8 jun. 2016.

GLASER, M. **Dark and light: the strange case of the decline of illustration**. Diogenes, v. 51, n. 3, p. 135–137, 2004.

GROVE, J. **Towards Illustration Theory: Harold Rosenberg, Robert Weaver, and the “Action Illustrator”?** Art Criticism, v. 24, n. 1, p. 69–84, 2009.

HALL, E. ali. **A produção social da notícia**. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega Editora, 1993.

HERMES, G. A. **As Ilustrações no Design de Jornais**. Intercom, 2007.

_____. **As ilustrações de jornais diários impressos: explorando fronteiras entre jornalismo, produção e arte**. São Leopoldo, RS: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2005.

HOLMQVIST, K.; WARTENBERG, C. **The role of local design factors for newspaper reading behaviour-an eye-tracking perspective**. Lund University Cognitive Studies, v. 127, p. 1–21, 2005.

HOLSANOVA, J.; RAHM, H.; HOLMQVIST, K. **Entry points and reading paths on newspaper spreads: comparing a semiotic analysis with eye-tracking measurements**. Visual communication, v. 5, n. 1, p. 65–93, 2006.

HOOGLAG, N. **The signifier of incompleteness -Editorial illustration in the new media age** Hoogslag, 2013. Disponível em: <<http://www.hoogslag.nl/research/the-signifier-of-incompleteness-editorial-illustration-in-the-new-media-age>>. Acesso em: 16 nov. 2016

IG. **Dez anos após conquistar o mundo, Inter é rebaixado para a série B**. IG, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://esporte.ig.com.br/futebol/2016-12-11/38-rodada-brasileirao.html>>, acesso em 15/6/2017

KANNO, M. **Infografe: Como usar infográficos para criar visualizações e comunicar de forma imediata e eficiente.** São Paulo: Infolide, 2013.

LESSA, W. D. **Amílcar de Castro e a reforma do Jornal do Brasil.** Dois Estudos de Comunicação Visual, 1995.

LIMA, R. C. **Análise da infografia jornalística.** Rio de Janeiro: ESDI/UERJ, 2009.

_____. **O que é infografia jornalística?** InfoDesign: Revista Brasileira de Design da Informação, v. 12, n. 1, 2015.

LOREDANO, C. **Nássara, desenhista.** FUNARTE, 1985. v. 2

LUPTON, E.; MILLER, JA. **Design writing research.** Nova York, 1999.

LUSTOSA, I. **Nássara: o perfeito fazedor de artes.** Relume-Dumara, 1999. v. 23

MAGNO, Luciano. **História da Caricatura Brasileira.** Editora Mauad, 2012.

MALE, A. **Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective: A Theoretical & Contextual Perspective.** Ava Publishing, 2007.

MANOVICH, L. **The language of new media.** MIT press, 2001.

_____. **Banco de Dados.** Revista ECO-Pós, v. 18, n. 1, p. 7–26, 20 jul. 2015.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** [s.l.] 5. ed.-São Paulo: Atlas, 2003.

MCCLOUD, S. **Understanding comics: The invisible art.** Northampton, Mass, 1993.

MCLUHAN, M. **A galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico.** 2^a ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

_____. **Entrevista com Marshall McLuhan.** Tradução: Débora Fleck. **Alceu**, v. 12, n. 23, 2011 [1972].

MEIO&MENSAGEM. **Infoglobo deixa de produzir Globo A Mais – Meio & Mensagem.** Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2015/05/18/o-globo-deixa-de-produzir-a-mais.html>>. Acesso em: 8 jun. 2016.

MIGNONE, J. **Handmade: The Revitalisation of Illustration.** Research Journal of the Australian Graphic Design Association, v. 1, n. 1, p. 15–23, 2005.

MIRANDA, A. **Marcelo Monteiro, o ilustrador de colunas de Nelson Rodrigues e Ubaldo.** Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/marcelo-monteiro-ilustrador-de-colunas-de-nelson-rodrigues-ubaldo-21226452>>. Acesso em: 26 jan. 2018.

MITCHELL, W. J. T. **Image Science: Iconology, Visual Culture, and Media Aesthetics**. [s.l.] University of Chicago Press, 2015.

MORAES, A. **Design de Notícias – Um estudo de casos múltiplos**. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2010.

_____. **Infografia–o design da notícia**. Dissertação (Mestrado em Design). Rio de Janeiro: Departamento de Artes. Pontifícia Universidade Católica, 1998.

_____. **Infografia: história e projeto**. São Paulo: Blucher, 2013.

_____. **Entre o funcional e a arte**. In: Catálogo da 1ª mostra de design editorial, In: PAIVA, Rubens, CAVALEIRO, Carol (Org.). Rio de Janeiro, 2016.

NICOLACI-DA-COSTA, A. M. **O campo da pesquisa qualitativa e o Método de Explicitação do Discurso Subjacente (MEDS)**. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 20, n. 1, p. 65–73, 2007.

NICOLACI-DA-COSTA, A. M.; LEITÃO, C. F.; ROMÃO-DIAS, D. **Como conhecer usuários através do Método de Explicitação do Discurso Subjacente (MEDS)**. VI Simpósio Brasileiro sobre Fatores Humanos em Sistemas Computacionais, IHC, p. 47–56, 2004.

NIEMANN, C. **My Travels with the curse of Maracanã**. In: *The New York Times*, Nova York, 10 de junho de 2014. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/interactive/2014/06/08/magazine/world-cup-curse-of-maracana.html>>, acesso em 15/6/2017.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. **1.400 jornalistas demitidos em 2015**. *Observatório da Imprensa*, 9 jan. 2016. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/1-400-jornalistas-demitidos-em-2015/>>. Acesso em: 8 jun. 2016

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. **Adeus ao “Globo a Mais”**. *Observatório da Imprensa*, 4 jul. 2015. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/adeus-ao-globo-a-mais/>>. Acesso em: 8 jun. 2016

OLIVEIRA, Rui de. **Pelos Jardins Boboli: reflexões sobre a arte de ilustrar livros para crianças e jovens**. Nova Fronteira, 2008.

OSTROWER, F. **Universos Da Arte**. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2013.

PALOMANES, L. **Lula Palomanes Desenhista**. Disponível em: <<http://lulapalomanes.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 24/7/2016

PATATI, C; BRAGA, F. **Almanaque Dos Quadrinhos: 100 Anos de Uma Mídia Popular**. Ediouro Publicações, 2006.

PEDROSO, O. **imagem gráfica jornalística de 2000 pra cá é um escandaloso vazio.** UOL, 2016. Disponível em: <<http://blogdoorlando.blogosfera.uol.com.br/2016/10/19/imagem-grafica-jornalistica-de-2000-pra-ca-e-um-escandaloso-vazio/>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

PIGNATARI, D. **O que é comunicação poética.** Ateliê editorial, 2005.

RABAÇA, C.; BARBOSA, G. **Dicionário de Comunicação.** Rio de Janeiro: Campus, 2002.

RAMOS, P. **A modernidade impressa: artistas ilustradores da Livraria do Globo-Porto Alegre.** Editora da UFRGS, 2016.

RIBEIRO, P. K. **Os profissionais do lápis: o ofício dos caricaturistas e o movimento operário da Primeira República através das charges de O Malho.** In: O mundo do trabalho nas páginas das revistas ilustradas. MAIA, ACN (Org.). FAPERJ, Ed. 7 Letras, Rio de Janeiro, 2015.

ROCHA, F. **2016 foi a temporada que só acontece com o Botafogo.** In: *Jornal Lance*, 2016. <<http://www.lance.com.br/botafogo/opiniaio-2016-foi-temporada-que-acontece.html>>, acesso em 15/6/2017.

RUFINONI, P. R. **Oswaldo Goeldi: iluminação, ilustração.** Cosac Naify, 2006.

SHULEVITZ, U. **Writing with Pictures: How To Write and Illustrate Children's Books.** ERIC, 1997.

SIB. **42º Salão Internacional de Humor de Piracicaba.** Disponível em: <<http://sib.org.br/sib-news/42o-salao-internacional-de-humor-de-piracicaba/>>. Acesso em: 23 nov. 2016.

SIMIONI, A. P. C. **Di Cavalcanti, ilustrador: trajetória de um jovem artista gráfico na imprensa (1914-1922).** Editora Sumaré, 2002.

SODRÉ, N. W. **História da imprensa no Brasil.** Editora Mauad, 1998.

SOLOSKI, J. **O jornalismo e o profissionalismo.** TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e estórias.* Lisboa, 1993.

SOUSA, J. P. **Elementos de jornalismo impresso.** Letras Contemporâneas, 2005.

TABAK, T. **Resolução de (não) problemas; Contribuição de design para anseios da educação em um mundo complexo.** Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2012.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo.** Insular, 2005.

TUCHMAN, G. **A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas.** IN: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”.* Lisboa: Vega, p. 74–90.

TV BRASIL. **Cartunista Nani no Arte do Artista**. Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/artedoartista/episodio/cartunista-nani-no-arte-do-artista>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

VELOSO, Maria do Socorro Furtado, e Yuri Borges de Araújo. A problematização da transmídia no contexto jornalístico: uma análise da narrativa transmídia a partir de reportagens. **Brazilian Journalism Research** 11, no. 1 (2015): 222–239.

WALLER, R.; BESTALL, A. **Rob Waller decodes the multimodal layout lessons of Rupert Bear**. Disponível em: <<http://www.eyemagazine.com/feature/article/strip-science>>. Acesso em: 2 maio. 2017.

WALLER, R. **Graphic literacies for a digital age: the survival of layout**. *The Information Society*, v. 28, n. 4, p. 236–252, 2012.

WERNEK, J. **Jogo dos 7 erros: como o inter foi de campeão e líder à rebaixado**. Uol.com.br (2016). <<https://esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/brasileiro/serie-a/ultimas-noticias/2016/12/11/jogo-dos-7-erros-como-o-inter-foi-de-campeao-e-lider-a-rebaixado.htm>>, acesso em 17/6/2017.

WOLF, M.; FIGUEIREDO, M. J. V. **Teorias da comunicação**. Presença, 1987.

Entrevistas realizadas para a pesquisa

ALBERTO, Mário. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

ALVIM, Alessandro. Rio de Janeiro, 13 de Julho de 2016. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

BAPTISTÃO, Eduardo. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

BERNARDI, Odyr. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

BRANCO, Arnaldo. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

BRUM. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

CAFAGGI, Vitor. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

CALU, Cida. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

CARVALHO, Renato. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

CARVALL. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

CAVALCANTE, Paulo. Rio de Janeiro, 11 de Julho de 2016. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

CRUZ, Glauco. Rio de Janeiro, 15 de Julho de 2016. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

DOMINGOS, Jarbas. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

DRUMMOND, Bruno. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

DUARTE, Cláudio. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

FÊ. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

FRANÇA, Bernardo. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

GUALBERTO, Thaïs. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

HIPPERTT, André. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

JOTTAS, Ricardo. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

KORNIN, Chantal Wagner. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

- LACERDA, Tiago. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- LAGE, Alexandre. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- LEITE, Mário. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- LÉLIS, Marcelo. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- MACHADO, Renato. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- MACHADO, Vinicius. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- MARON, Bruno. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- MARTINS, Francisco. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- MELLO, André. Rio de Janeiro, 8 de Julho de 2016. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- MOURA, Ivan Luiz Pimentel. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- NADAES, Felipe. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- OLIVEIRA, Eduardo. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- PAIVA, Rubens. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- PALOMANES, Lula. Rio de Janeiro, 15 de Julho de 2016. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- PAVÃO, Kamilla. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- PEDROSO, Orlando. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- RABELO, Allan. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- ROCHA, Rafael Campos. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- ROSA, Rodrigo. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- SALES, Kleber. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- SAMUCA – Samuel Rubens de Andrade. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.
- SEGAT, Charles. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

SERI – Sergio Ribeiro Lemos. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

SILVINO, Laerte. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

SOUZA, Vladimir Barros. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

TARCITANO, Mário. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

TOKIO, Gil. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

VIEIRA, Priscila. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

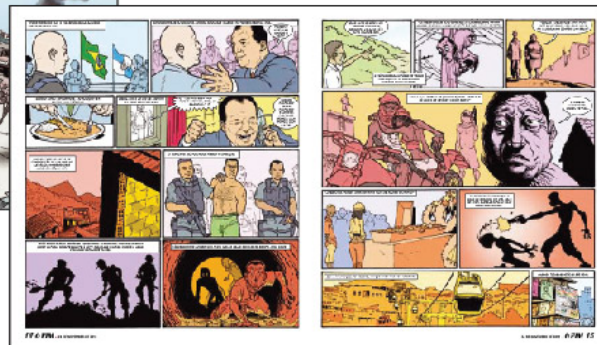
VILALBA, Robson. Rio de Janeiro, 2017. Entrevista concedida a Vinicius Mitchell.

8. Anexos

Anexo 1 – Trabalhos do autor para jornalismo em quadrinhos e quadrinhos autorais/cartunismo em jornais.



Especial sobre a posse de Obama. Arte de Vinicius Mitchell, textos de João Arruda. Jornal Extra, 2008. "Award of Excellence" na categoria Ilustração do Prêmio SND.



Especial de reportagem policial em quadrinhos. Quadrinhos de Allan Alex, textos de João Arruda, produzido a partir de esforço de apuração da redação. Coordenação de Arte de Vinicius Mitchell. Jornal Extra, 2011.



"Conveniências Emocionais". História seriada na Revista de O Globo, 2007. Quadrinhos de Vinicius Mitchell.



Especial com quadrinhos, sobre os 15 anos da conquista do tetra. Quadrinhos de Vinicius Mitchell. Jornal Extra, 19/7/2009

9. Apêndices

Apêndice 1 – Roteiro de itens para questionário online.

0) TERMO DE CONSENTIMENTO:

O Sr. (a) está sendo convidado (a) como voluntário (a) a participar da pesquisa “Possibilidades e desafios da ilustração jornalística em smartphones”. Esta é uma pesquisa realizada pelo aluno mestrando Vinicius Mitchell, orientado pela professora Dra. Luiza Novaes, no Programa de Pós Graduação em Design da PUC-Rio.

O objetivo da pesquisa é obter informações sobre a profissão de ilustrador de jornais, procurando compreender como os profissionais se inserem na indústria jornalística hoje, suas percepções acerca da função de sua atividade e seus processos de trabalho.

Nesse estudo, os voluntários participam em 2 (DUAS etapas), que consistem de uma entrevista (a ser realizada via internet/email ou presencialmente) e este questionário online.

BENEFÍCIOS: A partir da visão dos profissionais, buscaremos compreender como a produção multimodal e multiplataforma (notícias em texto, imagem, audiovisual e/ou conteúdos interativos para versões em impresso, desktop e mobile) impacta a ilustração jornalística e o trabalho do ilustrador. Acreditamos que estes dados serão uma contribuição para o campo.

RISCOS: A pesquisa será enviada a todos os participantes antes da publicação e estes poderão, caso desejem, optar por não serem citados nominalmente. Desta forma, os riscos são mínimos para os participantes.

RESSARCIMENTO: Os voluntários dessa pesquisa não serão remunerados por essa participação. Para participar deste estudo você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira.

Qualquer dúvida poderá ser esclarecida pelo pesquisador, Vinicius Mitchell, da PUCRio, através do email vinicius.mitchell@gmail.com ou do telefone (21) 981444031.

Você está sendo esclarecido sobre o estudo e estará livre para participar ou recusar-se a participar do mesmo. Poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que é atendido pelo pesquisador. Os resultados da pesquisa, quando finalizada, estarão à sua disposição.

_ Li e concordo com os termos e condições

PERFIL

1) Nome:

3) Idade:

4) Sexo:

5) Cargo:

6) Área de Formação:

7) Jornal ou jornais para os quais trabalha ou colabora atualmente:

8) Jornais para os quais já colaborou:

9) Tempo de experiência em jornais:

10) Relação de trabalho:

Contratado (CLT)

Freelancer regular (ilustra uma mesma coluna semanal ou realiza uma charge ou tira em quadrinhos constante, por exemplo)

Freelancer, colaborador esporádico

11) Ambiente de trabalho:

Na redação, com presença e horários regulares

Remoto (sem obrigatoriedade de presença na redação; trabalhando a partir de estúdio próprio ou de casa)

Outro: _____

12) Faz ilustrações para outras áreas?

Não. Só trabalha para jornal

Livros

- Revistas
- Material didático ou divulgação científica
- Cinema, animação ou videografismo
- Comunicação interna, cartilhas ou house organs
- Publicidade
- Games
- Outros _____

13) Na sua rotina de trabalho, participa da reunião de pauta?

- Sim
- Não
- Outro: _____

14) Na sua opinião, os ilustradores deveriam participar das reuniões de pauta?

- Sim
- Não
- Outro: _____

15) Já propôs uma pauta que foi publicada?

- Sim
- Não
- Outro: _____

16) Além de ilustração propriamente dita, você é cartunista ou faz charges, cartuns, quadrinhos ou caricaturas?

- Sim
- Não

16.b) Caso positivo, escreva os próprios roteiros/texto de sua charge/cartum/quadrinhos?

- Sim
- Não, recebe texto ou roteiro pronto
- A concepção e/ou roteiro é negociada (trabalho em equipe)
- Outro: _____

17) Além de ilustração propriamente dita, você faz trabalhos de infografia?

- Sim
- Não

17.b) Caso faça infografia:

Você é responsável pela apuração ou pesquisa dos infográficos?

Sim

Não

Participa da pesquisa somente quando necessário, mas geralmente recebe a informação dos editores e jornalistas.

Outro: _____

18) Você prefere trabalhar sozinho ou em equipe?

Sozinho

Equipe

Outro: _____

19) Você se considera jornalista?

Sim

Não

Em parte, por trabalhar para o jornal ou na redação, mas minha profissão é outra

Outro

SMARTPHONES E MULTIPLATAFORMA

20) Já realizou algum trabalho ilustrado no jornal especificamente para leitura em smartphone (versão mobile)?

Sim

Não

Caso afirmativo:

20b) Após entregar uma ilustração, verifica a legibilidade da ilustração na publicação em versões mobile para leitura em tablets e smartphones?

Sim

Não

20c) Nesses suportes (móvil/smartphones), existe um formato padrão ou template para o tamanho da ilustração?

Sim

Não

21) Como ilustrador, já participou de algum trabalho interativo ou animado para o jornal?

Sim

Não

21b) CASO AFIRMATIVO: Nesse caso (de um trabalho interativo ou animado, que envolva vários profissionais) como é a participação do ilustrador no processo criativo e desenvolvimento na interação com os demais profissionais? Poderia descrever?

22) Quando você é solicitado para uma ilustração, o jornal te passa informações sobre em que versões o desenho será utilizado – se será publicado no impresso, no online (desktop) e no mobile para leitura em smartphones?

_SIM, sempre

_Sim, em alguns casos

_NÃO

_Outro: _____

23) No jornal em versão mobile/smartphones, existe um formato padrão (como um template) para o tamanho da ilustração? *

_SIM

_NÃO

_Outro: _____

24) Quando você desenha uma ilustração que sabe que será publicada em todas as versões do jornal (impresso, digital desktop e mobile), pensa em qual delas como prioridade? *

_Impresso primeiro e, em seguida, adaptamos a mesma ilustração aos demais formatos

_Desktop primeiro e, em seguida, adaptamos a mesma ilustração aos demais formatos

_Mobile primeiro e, em seguida, adaptamos a mesma ilustração aos demais formatos

_Se produz uma ilustração diferente para cada plataforma de publicação

_Outro: _____

25) Quando uma ilustração é adaptada do impresso para as versões digitais, quem realiza o processo de adaptação?

_ O ilustrador: salvando outra versão com ajustes para o novo formato ou tamanho

_ Os designers, diagramadores e jornalistas que publicam as matérias online é que se encarregam de 'puxar' e aplicar ou não as imagens

_ A ilustração é automaticamente reaproveitada no sistema digital, que tem um template com formato padrão para as imagens

IMAGEM EM MOVIMENTO

26) Na sua opinião, o meio digital favorece uma imagem que se movimenta, como um vídeo ou animação, ao contrário de uma imagem estática como a ilustração?

_SIM

_NÃO

Caso deseje comentar ou acrescentar sua visão sobre o tema:

Apêndice 2 – E-mail enviado com *link* para o questionário e as perguntas da entrevista.

Salve [ilustrador], tudo bem?

Muito obrigado pela disponibilidade e boa vontade em participar da pesquisa sobre ilustração jornalística.

Seguem as perguntas e links da pesquisa:

1) Para participar, pedimos que concorde com um termo de consentimento da pesquisa: <https://goo.gl/forms/IToFDdcb0rzHd2V42>

2) Perguntas da entrevista (pode responder aqui mesmo por email ou podemos marcar uma conversa rápida pela internet, por *skype*, caso seja mais conveniente):

A - Como você definiria, pela sua experiência profissional, a **função** da ilustração jornalística?

B - Consideremos duas relações de trabalho distintas: o ilustrador que trabalha **presencialmente** na Editoria de Arte da Redação – diariamente ao lado de outros ilustradores, infografistas, designers e jornalistas –, e o ilustrador que trabalha

remotamente – sem obrigação de estar na Redação, desenvolvendo seus trabalhos a partir de encomendas por e-mail e teleconferências, por exemplo –, **como você vê os prós e os contras da experiência do ilustrador de jornal em cada uma dessas situações/ambientes, na sua percepção?**

C - Como ilustrador, como você vê a **inserção** da ilustração nas versões mobile dos jornais para leitura em **smartphones**?

D - Na sua atuação como ilustrador, como é sua **relação** com editores, designers e jornalistas, no **processo** de concepção e realização de projetos que envolvam ilustrações?

E - Como você vê o **futuro** da profissão de ilustrador na indústria jornalística?

3) A última etapa é um questionário fechado (estilo múltipla escolha) de [20 a 27] perguntas. É rápido, leva no máximo [15] minutos para responder. Segue o link:

<https://goo.gl/forms/tPvdw70qDqQmCBRX2>

A ideia da pesquisa é levantar informações para compreender como os processos de produção dos jornais hoje (com versões simultâneas em impresso e digital) impactam a ilustração jornalística e o trabalho do ilustrador: quem é esse profissional, qual sua relação de trabalho com os jornais e sua visão acerca da profissão. Acreditamos que seria um benefício para o todos que trabalham com ilustração e a pesquisa estará disponível aos participantes após sua conclusão.

Vale lembrar que você terá total liberdade posteriormente para suspender sua colaboração caso deseje não mais participar, ok?

Muito obrigado!

Vinicius Mitchell

Apêndice 3 – Processo de codificação dos temas das entrevistas abertas.

A: Como você definiria, pela sua experiência profissional, a função da ilustração jornalística?			
Temas observados nas repostas e processo de codificação			
1ª rodada de análise	2ª rodada de análise	3ª rodada de análise	Descrição do tema
Compor estrutura com "viés de Design"	Adornar estrutura do design de notícias	–	Embelezar, adornar, ornar, proporcionar prazer estético. Tornar design de conteúdo noticioso mais bonito ou belo seja esta estrutura uma página, um infográfico ou um trabalho especial, impresso ou digital.
Adornar			
Decorar			
Embelezar			
Ornar			
Gerar prazer estético			
Tornar página agradável			
"Vestir o texto"			

Compor ou dar suporte a uma ideia do Design	Auxiliar configuração e preenchimento de conteúdo publicável ("tapar-buraco")	Auxiliar configuração e preenchimento de conteúdo publicável	Usar ilustração de maneira emergencial com intuito de atingir configuração de página com preenchimento mínimo para publicação na ausência de outros conteúdos jornalísticos.
"Tapar-buraco"			
Calunga ou Calhau			
"Apagar incêndios"			
Auxiliar a memorização e ensinar	Auxiliar memorização	–	Auxiliar compreensão ou fixação de conteúdo didaticamente.
Complementar informação	Complementar texto	–	Complementar visualmente informação ou conteúdo comunicado pelo texto.
Complementar visualmente texto			
Complementar matéria			
Contrastar com o projeto gráfico e/ou design editorial	Criar dinâmica de leitura (contrastando com o projeto gráfico)	–	Criar dinâmica de leitura ao eventualmente contrastar e romper com a padronização do projeto gráfico (Design de página), surpreendendo o leitor.
Criar dinâmica de leitura			
Surpreender			
Dialogar com o texto	Dialogar com o texto	–	Estabelecer uma conversa paralela, dialogando com o texto, em relação simbiótica.
Convidar o leitor	Atrair o leitor para engajar conteúdo	–	Atrair, seduzir ou despertar o interesse do leitor, tornando o jornal mais atraente, convidativo e prazeroso.
Despertar interesse			
Aumentar vontade e prazer de ler			
Atrair leitor			
Tornar jornal mais atraente			
Convidar à leitura			
Tornar conteúdo único (diferencial)	Enriquecer o produto jornal com arte e originalidade	Enriquecer o jornal	Enriquecer o jornal pela originalidade, qualidade artística e/ou universo peculiar da ilustração.
Gerar originalidade			
Presentear o leitor com uma obra pessoal			
Enriquecer artisticamente o produto jornal			
Traduzir visualmente texto	Esclarecer	–	Tornar claro o assunto ilustrado, sintetizando visualmente o tema e introduzindo-o rapidamente em uma primeira leitura.
Tornar claro o assunto rapidamente			
Esclarecer			
Introduzir assunto			
Sintetizar o texto			
Iluminar			
Projeto gráfico ou editorial	Função depende da valorização no projeto gráfico e editorial	–	O potencial da ilustração depende das possibilidades funcionais que o projeto gráfico e editorial oferece.
Imagem "dominante" foi mudança de status	Mudanças tecnológicas e organizacionais modificaram a função e uso da ilustração	Mudanças tecnológicas e organizacionais modificaram as funções	Reunidos sob este tema respostas que relataram aspectos históricos e descreveram funções consideradas obsoletas devido a transformações tecnológicas e organizacionais na prática da ilustração jornalística.
Adornar é uso ultrapassado			
Traduzir visualmente o texto é ultrapassado			
Função mudou com o jornal digital			
Adornar infográfico está em desuso			
Com padrão técnico atual, fotografia realiza função de adornar			
Desenvolvimento técnico diminuiu uso quantitativo e aumentou qualitativo			
Representar icônica ou simbolicamente	Alegorizar	Comentar, interpretar ou oferecer visão pessoal	Representar de maneira não literal ou simbólica, conteúdo textual acrescentando a ele visão pessoal, ponto de vista ou opinião particular do ilustrador, induzindo reflexão e expandindo significados do texto. A
Oferecer visão sobre um assunto			
Ilustração hoje tem autonomia para realizar até			

pesquisa plástica			ilustração tem autonomia para adotar posição neutra, concordante ou discordante do texto.
Induzir reflexão e/ou segunda leitura do texto	Induzir reflexão além texto		
Expandir sentido do texto			
Opinar	Opinar/Comentar		
Trazer visão poética ou polissêmica	Interpretar		
Trazer visão além do texto			
Ilustrador é (co)autor			
Trazer visão lúdica e pessoal sobre o tema			
Alegorizar			
Interpretar e representar o texto			
Ilustração pode concordar com texto, discordar ou trazer visão desconexa			
Trazer visão livre sobre um tema, não-literal			
Explorar as "entrelinhas"			
Trazer visão além do factual			
A ilustração 'pura' perdeu espaço	Pessimismo acerca do reconhecimento das funções da ilustração	-	Respostas que abordaram a ideia de perda de relevância e reconhecimento da ilustração no meio jornalístico.
A função da ilustração perdeu importância			
Acredita que há confusão em relação ao entendimento dos tipos de ilustração	Posicionamento e tipo de ilustração define funções diferentes (desenho de humor; ilustração; infografia)	-	Reunidas neste tema respostas que buscaram explicar os diferentes tipos de trabalhos do ilustrador e suas variadas funções, assim como situações onde a função da ilustração é deturpada por práticas consideradas equivocadas pelos ilustradores.
Infografia explica objetivamente			
Função depende de adequação editorial			
Depende do posicionamento do ilustrador, cartunista e/ou infografista			
Deturpação da função: Caricatura não deve sacrificar valores estéticos para se adequar a piada, sob risco de virar charge			
Quadrinhos associado ao passatempo e ao jogo			
Fazer humor crítico (charge)			
Interpretar, opinar e criticar (charge)			
Cartunista não é ilustrador			
Impossível determinar todas as funções.		Impossível determinar todas as funções	
Serve para "tudo"; desde pictogramas, até suporte de infográficos	São inúmeras funções		
Arejar o texto	Tornar experiência de leitura agradável	-	Arejar a composição texto-imagem, criando sensações e tornando a experiência de leitura mais agradável.
Descansar e relaxar o leitor			
Criar sensações			
Suprir ausência da fotografia	Suprir ausência da fotografia	-	Suprir ausência da fotografia
Acrescentar visão própria ou informação	Informar	-	Tornar-se parte do conteúdo, informando.

Pergunta B: Consideremos duas relações de trabalho distintas: o ilustrador que trabalha presencialmente na Editoria de Arte da Redação – diariamente ao lado de outros ilustradores, infografistas, designers e jornalistas –, e o ilustrador que trabalha remotamente – sem obrigação de estar na Redação, desenvolvendo seus trabalhos a partir de encomendas por e-mail e teleconferências, por exemplo –, como você vê os prós e os contras da experiência do ilustrador de jornal em cada uma dessas situações/ambientes, na sua percepção?		
Temas observados e processo de codificação		
Primeira rodada	Segunda Rodada	Descrição
Redação: Ambiente de loucura	Ambiente caótico, vigiado e estressante (Contra Redação)	A redação é associada negativamente a um ambiente frenético e claustrofóbico de estresse, caos, pressão e loucura, onde há maior intervenção por parte do controle editorial e preocupação com os prazos e horários, além de constante interrupção, prejudicando a imersão do ilustrador em seus desenhos.
Ambiente agitado e de difícil concentração		
Pressão, estresse, interferência ou controle		
Redação: rotina cansativa		
Ilustrador fixo sofre maior pressão por adequação a linha editorial e política		
Ambiente nem sempre apropriado para quem trabalha com arte		
Ambiente estressante	Maior gasto de tempo e dinheiro (Contra Redação)	Deslocamento até a redação e alimentação geram gastos de tempo e dinheiro vistos como desvantagens.
Redação: gasto de tempo e dinheiro com deslocamento e alimentação é desvantagem		
Deslocamento é problema	Menos autonomia (Contra Redação)	A redação é associada a uma menor autonomia devido à rigidez dos horários, que dificultam trabalhar para outros campos da ilustração, à exclusividade de se dedicar a um só jornal e ao salário fixo independente da quantidade de desenhos.
Redação: Rigidez de horários		
Salário fixo independente da quantidade de trabalho		
Inviabiliza atuar em outros campos da ilustração ou outros jornais		
"Tempo-bunda" – ocioso entre tarefas	Gera vícios (Contra Redação)	A redação pode gerar preconceitos e vícios de trabalho pela repetição.
Redação: pode alimentar vícios		
Ilustrador adquire vícios de trabalho do jornal	Disponibilidade constante (Contra Remoto)	O trabalho remoto é associado a disponibilidade constante de horário e maior dificuldade se ausentar, folgar e frear pedidos exagerados.
Remoto: demanda de trabalho maior		
Pressão de produção constante	Exigência de maior disciplina (Contra Remoto)	A exigência de maior concentração, disciplina e maturidade profissional, além do risco de se perder o foco, são pontos negativos do trabalho remoto.
Vigilância digital		
Remoto: pode trazer dispersão e negligência		
Ser disciplinado é muito importante.		
Exige maturidade profissional e disciplina.	Interação e coordenação prejudicadas (Contra Remoto)	A comunicação por mensagem, o <i>feedback</i> reduzido e a oportunidade menor de participar dos processos e conversas informais com jornalistas e designers prejudicam a interação e coordenação dos trabalhos, podendo resultar em pedidos mais impositivos, concebidos sem participação inicial do ilustrador.
Maior exigência de concentração		
Risco de perder o foco		
Remoto: perdemos com a falta de informação		
Menor agilidade no diálogo e pouco contato		
Conversa auxilia processo criativo		
Periga não ser uma troca e sim, uma entrega	Isolamento e solidão (Contra Remoto)	O isolamento, comportamento considerado próprio dos desenhistas, se acentua no trabalho remoto, havendo risco de distanciamento do jornalismo e da linha editorial, levando a perda de foco e egoísmo artístico desnecessário.
Processo decisório coletivo mais difícil		
Dificulta entendimento dos objetivos		
Periga se tornar executor de ideia alheia		
Editor vai entregar o pedido mais "mastigado"		
Remoto: maior distância do jornalismo	Desvalorização da profissão de ilustrador (Contra Remoto)	O baixo volume de trabalhos de ilustração <i>freelancer</i> , a ausência de uma renda fixa e o custo de arcar com a infraestrutura material faz os ilustradores associarem o trabalho remoto a uma desvalorização e vulnerabilidade da profissão e ofício.
Risco de se perder o foco editorial		
Isolamento é associado ao artista		
Isolamento é prejudicial ao desenhista		
Menor conhecimento da linha editorial		
Não há volume de trabalho <i>freelancer</i> suficiente		
Requer fluxo de trabalho constante e contratos		
Custo de infra material e logística é do ilustrador		
Ilustração se torna atividade secundária, "bico"		
Falta de exclusividade diminui valor		
Freelancer sofre predação de bancos de imagens		
Infografistas "quebram galho" como		

ilustradores		
"Caos criativo"	Ambiente e infraestrutura estimulam trabalho, criatividade e foco (Pró Redação)	A pressão e o caos da redação, além de sua infraestrutura, são associados positivamente a criatividade, foco no trabalho e manutenção de padrões e rotinas produtivas.
Redação favorece padrões e rotinas de produção		
Pressão ajuda a manter o foco		
Agitação estimuladora		
Feedback mais ágil		
Contato direto é melhor para o trabalho		
Possibilidade de ajuste fino até o último minuto		
Proximidade facilita entendimento de objetivos		
Proximidade facilita ajustes e percepção		
Maior proximidade do jornalismo		
Maior reconhecimento intelectual		
Ilustração e texto como terceiro discurso, concebidos juntos desde o primeiro rascunho		
Planejamento e o "bate bola" com editores e outros profissionais enriquece resultado final		
Debate com outros artistas e editores pode enriquecer o trabalho.		
Na redação a troca é imediata, se vê chegar a notícia em primeira mão	Coordenação é melhor (Pró Redação)	A presença física está associada à possibilidade do ilustrador pensar o produto junto a outros profissionais, tendo maior entendimento dos objetivos de trabalho, maior possibilidade e agilidade de ajustes e <i>feedbacks</i> , assim como maior proximidade do jornalismo e maior compreensão da linha editoria.
Maior compreensão da linha editorial		
Melhor gestão de trabalho em equipe		
Maior valorização profissional		
Maior previsibilidade financeira		
Regulamentação trabalhista e benefícios		
Maior estabilidade profissional		
Longe da loucura da redação, trabalha mais		
Mais espaço e foco para trabalhar		
Trabalhar em casa é conforto, evita trânsito		
Fica mais a vontade em seu ambiente, rende mais		
Não consegue criar sem isolamento e imersão		
Mais produtivo sem redação à volta		
Possibilidade de maior pesquisa e acabamento		
Horários flexíveis	Maior segurança econômica (Pró Redação)	O trabalho fixo em redação traz vínculo empregatício, direitos trabalhistas, benefícios e previsibilidade econômica.
Possibilidade de remuneração melhor; pagamento por projeto		
Faz o próprio horário		
Distância possibilitou atuar no universo de ilustração de literatura infanto-juvenil		
Sem rotina, pode se dedicar a outros projetos		
Maior alcance geográfico		
Muitos clientes, sem exclusividade		
Remoto: ilustradores podem ver muito mais trabalhos hoje pela internet		
Ilustrador experiente já está treinado para trabalhar para o jornalismo		
Redação é positiva para artistas jovens		
Redação é experiência boa para iniciantes		
Na redação um aprende com o outro		
Divertido vivenciar o ambiente de fechamento, discussões de pauta, correrias, cafés e cigarros		
Troca entre artistas era vantagem da redação		
Cumplicidade e convivência são fundamentais		
"Trabalhei com grandes profissionais e essa foi minha escola, minha faculdade."		
	Isolamento e imersão (Pró Remoto)	O trabalho remoto, embora solitário, permite maior imersão, paz, conforto, sem perda de tempo com trânsito ou reuniões pouco objetivas, resultando em maior produtividade. O ambiente pode ser configurado para necessidades artísticas, coisa que não acontece na redação.
	Maior autonomia (Pró Remoto)	O trabalho remoto traz maior autonomia: horários mais flexíveis, menos controle editorial, menos rotina e chance de maior remuneração ao possibilitar atuar em outros campos da ilustração ou publicar em mais de um jornal.
	Aprendizagem pela tecnologia (Pró Remoto)	Pela tecnologia e internet, é possível acessar e conhecer inúmeros estilos de ilustração.
	Redação é melhor apenas para jovens (Pró Remoto)	O ilustrador experiente e treinado em redação já conhece a dinâmica do jornalismo, sendo mais produtivo em casa. Os iniciantes, ao contrário, têm muito a aprender na redação.
	Aprendizagem, convívio e riqueza de interações (Pró Redação)	O convívio entre profissionais de gerações e formações diversas é visto como a principal vantagem do trabalho presencial pela oportunidade de aprendizagem de técnicas, conceitos e noções de jornalismo e design, assim como pela riqueza das interações que se desenvolvem na redação de jornal.

Ilustração é um ofício, uma oficina		
Possibilidade de ver materiais e técnicas usados		
"Tem que passar por aquilo para entender a correria que é."		
Presencial ensina a trabalhar sob pressão		
A experiência da redação é muito rica; "diversidade de contatos e ideias"		
Praticamente não há mais vaga de ilustrador fixo	Trabalho remoto é tendência da profissão (Remoto)	Os ilustradores entendem que há uma crescente redução de vagas para trabalho fixo presencial, tornando-o praticamente inexistente hoje. O trabalho remoto <i>freelancer</i> é a tendência para os ilustradores.
A internet colocou todo mundo em casa		
Ilustradores e cartunistas estão cada vez mais fora da redação		
A convivência entre ilustradores não existe mais.		
Ilustradores estão sendo cortados como supérfluo		
O mercado provavelmente só trabalhará com ilustradores <i>freelancers</i> em breve		
A opção de trabalho fixo não existe mais		
A profissão está se tornando escassa		

Pergunta C: Como ilustrador, como você vê a inserção da ilustração nas versões mobile dos jornais para leitura em smartphones?

Temas observados e processo de codificação

Primeira rodada	Segunda rodada	Descrição
Ilustração virou penduricalho	Design atual inviabiliza antigo repertório da ilustração	O repertório centenário da ilustração jornalística, oriundo das artes gráficas do final do século XIX, depende da composição e articulação texto-imagem com o espaço limítrofe da página para desenvolver sua força potencial e apreciação. O design no jornal <i>mobile</i> tem leitura linear e vertical, dissociando texto e imagem, o que inviabiliza esse repertório. Isso resulta em ilustrações deslocadas, disputando espaço visual com publicidade e perdendo status editorial, sendo tratada por vezes como as antigas <i>calungas</i> , desenhos improvisados como "tapa-buracos".
Espaço da ilustração confunde-se com o da propaganda		
Retocesso, retorno a status de calunga		
Dependendo da readaptação automática desenho parecia perdido ou deslocado no conjunto		
A grande infografia-ilustrada era uma linguagem similar a do cartaz, inviabilizada na internet		
Design ou projeto gráfico com possibilidades limitadas pela tela e formato do smartphone		
É uma "tripa" – layout atrapalha ilustração		
Dissociação texto-imagem prejudica		
Deslocamento (rolagem) é problema		
Leitura é linear e vertical		
Ilustração deslocada ou mal adaptada corre o risco de virar 'ruído'	Tela pequena dificulta apreciação e demanda síntese ou leitura rápida	O tamanho da tela dos <i>smartphones</i> , menor que a do <i>desktop</i> e que a página impressa demanda síntese no desenho e sugere leitura rápida aos leitores, atrapalhando a apreciação da ilustração.
Há perda de importância em relação ao impresso		
Leitura deve ser rápida, com menos detalhes		
Tamanho menor requer menos informações		
Tamanho da tela atrapalha apreciação para leitores da geração do impresso		
Tamanho de tela requer sintetismo	Animação e vídeo devem ganhar espaço	A animação e vídeo-grafismos se adequam melhor à leitura no <i>mobile</i> , seja pela crença num imperativo de movimento e interatividade no meio digital, seja pela apreciação em tela cheia, o que lhe confere destaque.
Tamanho pequeno dificulta leitura		
Gif animado se encaixa bem no suporte		
Ilustração animada são possíveis no <i>mobile</i>		
Imagem estática não combina com o digital, que demanda movimento e interatividade		
Animação, desde que leve (tamanho de arquivo)	Transição natural e inevitável	A inserção no <i>mobile</i> é transição natural e inevitável pois o jornal impresso eventualmente acabará. A ilustração historicamente se adaptou
Animação e vídeo se adequam melhor ao <i>mobile</i>		
O impresso inevitavelmente vai acabar		
Evolução nos meios de comunicação é necessária		

Ilustração sempre evolui se adaptando as novas mídia e/ou novas tecnologias		às novas mídias e tecnologias.
Ninguém parece ter pensado nisso até agora	Problemas ainda não foram adequadamente abordados	A inserção da ilustração no jornal <i>mobile</i> ainda não foi devidamente abordada com perguntas adequadas, pois o objeto ainda está indefinido. É um momento de transição e constante transformação.
As perguntas ainda estão por serem feitas		
Transformação constante, ainda sem lastro como o impresso		
Ainda não se preocuparam com a ilustração no <i>smartphone</i>		
Ainda tem muitos problemas mal resolvidos	Formato deve ser melhor estudado: quadrado, modular ou responsivo	A compreensão e o estudo do formato da ilustração são chave para sua inserção no <i>mobile</i> . Formatos quadrados (nem horizontais, nem verticais), modulares (que funcionam em partes que podem ser eliminadas ou recombinadas) ou <i>responsivos</i> , se adequariam mais facilmente às várias plataformas do jornalismo.
Formato pequeno e "flúido" inviabiliza percepção do todo		
Desenhos devem ser quadrados		
Ilustração deve ser modulável		
Ilustração deve ser responsiva		
Trabalho deve adequar-se a plataformas diferentes		
Os formatos ainda foram pouco explorados		
Tiras dominicais modulares são um exemplo de antecedente histórico	Não lê ou não utiliza jornal no <i>smartphone</i>	Ilustradores não leem jornais em versão <i>mobile</i> , nem observam ilustrações neste suporte digital.
Não lê ou não utiliza jornal no <i>smartphone</i>		
Não saberia opinar		
Não procura ilustrações em suporte digital	Maior número de possibilidades	Aqui agrupadas trechos de respostas cujo conceito de novas ou maiores "possibilidades" junto a ilustração em versões <i>mobile</i> destacou-se.
É uma área ainda a ser muito mais explorada		
As possibilidades são enormes e ilimitadas		
Trazem possibilidades como efeitos sonoros		
Um mundo novo	Risco de descaracterização, excessos e/ou soluções forçadas na adaptação à nova tecnologia	A adaptação a novas tecnologias traz o risco de descaracterização da ilustração e do carácter autoral de um ilustrador. Parcimônia é importante para evitar soluções forçadas ou excessivas.
Ilustração "caça-clique" engana o leitor		
Adaptação a novas tecnologias traz o risco de descaracterização do trabalho pessoal		
Interatividade desnecessária é um problema		
Excesso ou tentativas forçadas de utilizar a internet: parcimônia é importante	Infografia se adapta melhor que a ilustração	A infografia e a infografia ilustrada tem tido, nas opiniões dos ilustradores, uma melhor aceitação e adaptação nos jornais <i>mobile</i> , aproveitando melhor a interatividade intrínseca do meio digital.
Infografia ilustrada tem tido melhor uso no digital		
Infografia se adapta melhor		
Infográficos interativos são mais adequados ao meio; algo que só a internet pode propiciar		
Infográficos tem tido mais espaço	Focar em trabalhos especiais e em contar histórias	O ilustrador deve focar em contar histórias, dedicando maior esforço a projetos especiais onde a inserção da ilustração no jornal <i>mobile</i> terá melhor aproveitamento, colocando-se como um designer de histórias. O <i>storytelling</i> é mais importante que movimento (animação).
Contar histórias é o foco		
Ilustrador deve ser se colocar como comunicador visual/designer de histórias		
<i>Storytelling</i> é mais importante que movimento		
Projetos especiais são caminho futuro	Transposição, acumulação e imitação de repertórios de outras mídias não é criar uma linguagem do <i>mobile</i>	Novas mídia tendem a imitar formas de mídias antigas mas a transposição ou acumulação de linguagens na internet não é necessariamente a criação de uma nova linguagem.
Nova mídia imita formas de mídias antigas		
Transposição ou acumulação de linguagens de outras mídias não é criar nova linguagem		
Replicação de outras plataformas ainda é a <i>praxe</i>	Ilustração é mal utilizada e mal editada	A ilustração está sendo mal editada ou mal utilizada nas versões <i>mobile</i> dos jornais, seja pelo mal entendimento da tecnologia ou do potencial da ilustração.
Artigos são replicados sem ilustração no online		
Mal editada		
O problema não é a tecnologia e sim o mal entendimento e mal uso dela		
Editores preferem ocupar miolo de texto com propaganda	Ilustração continuará relevante no jornal	A ilustração continuará a ser relevante no jornal <i>mobile</i> , seja pelas qualidades que acrescenta, seja pela relação simbiótica com o jornalismo.
Ilustração é fundamental ao jornalismo		
Ilustração pode trazer qualidades a conteúdo da mídia digital		
Jornal pressupõe ter charges e ilustrações		

Lentidão: peso da imagem nas bandas brasileiras	Tamanho de arquivo e disponibilidade de internet devem ser considerados	O tamanho de arquivo e a velocidade de internet requerem atenção para evitar lentidão no carregamento. Isso pode limitar gama de cores ou diminuir tempo de apreciação da ilustração no jornal <i>mobile</i> .
Tamanho de banda ('peso da imagem') é problema; redução de tamanho e cores		
Velocidade de internet e tamanho de arquivo requerem atenção		
Tempo de apreciação inviabiliza ilustração		
Interatividade é diferencial no digital	Interatividade é diferencial no digital	A interatividade com o leitor seria o fator fundamental para a inserção dos trabalhos de arte ilustrados no jornal <i>mobile</i> .
Interatividade é fundamental no mobile		
Interatividade tem que funcionar para leitor		
Ilustrações que interajam com as matérias		
A versão mobile é inferior às demais	Usabilidade: atenção a mínimo denominador comum a todas plataformas é necessária	A usabilidade requer atenção para que a ilustração se adapte bem em qualquer tela ou suporte, evitando que a versão <i>mobile</i> fique inferior.
Usabilidade – mínimo denominador comum ou formato modular		
Testar visualização é importante para multiplataforma	Testar visualização ou dar feedback aos ilustradores é importante para inserção	Testar visualização e dar <i>feedbacks</i> aos artistas e colaboradores é fundamental para o potencial da ilustração no jornal <i>mobile</i> .
Ilustrador não tem feedback sobre a adaptação ou legibilidade do material		
Formato na versão mobile é padrão, específico e/ou limitante.	Padronização de fluxo e formato prejudicam	Formatos de publicação padronizados e fluxos de trabalho automatizados limitam potencial da ilustração na versão <i>mobi</i> .
É importante abandonar "fórmulas" do impresso; processo de redescoberta do trabalho; reinvenção de linguagem	A relevância da ilustração está no conteúdo e não na forma e/ou suporte	A força da ilustração e sua eventual inserção e destaque na versão <i>mobile</i> está mais ligada a qualidade do conteúdo (ao fato de "ter algo a dizer" e possuir qualidades estético-artísticas) do que a adaptação formal imposta pela nova tecnologia.
O propósito artístico de fazer arte para contemplação do belo independente da linguagem e tecnologia		
A relevância da ilustração não está no suporte e sim, no conteúdo e aplicação dela		
Maior alcance da internet e maior gerenciamento dos riscos do trabalho	Ilustração terá maior alcance e visibilidade	A inserção da ilustração no jornal <i>mobi</i> permite maior alcance geográfico e quantitativo de público. A maior visibilidade também demanda cuidado no gerenciamento de riscos em caso de <i>viralização</i> e patrulha de opiniões negativas.
Maior alcance de público (tamanho e geografia)		
Possibilita maior visibilidade		
Efeitos como paralaxe só são possíveis no digital e devem ser experimentados	Explorar fenômenos próprios da mídia digital como o paralaxe	Efeitos como paralaxe, possíveis somente no meio digital, devem ser explorados pela ilustração no <i>mobile</i>
Paralaxe pode ser caminho para ilustração <i>mobi</i>		
Acredita que o traço orgânico e impreciso das técnicas não digitais está mal visto pelos editores	Materialidade: apego ou repulsa influencia percepção da inserção no digital	A materialidade se manifesta seja pela crença na necessidade da ilustração impressa no papel para seu deslumbramento, seja pela percepção de que desenhos em técnicas não-digitais são preteridos pelos editores.
Apego a materialidade dos processos de impressão: ver a ilustração publicada no papel		
A tendência é a dos vídeos verticais	Orientação deve ser vertical, como em vídeos	A tendência de produção e consumo de conteúdo no celular é na orientação vertical.
O formato está vertical (se filma na vertical); o leitor não precisa virar o dispositivo		
Demanda maior velocidade ou antecipação por parte do ilustrador	Demanda maior envolvimento, agilidade e mais competências do ilustrador	O trabalho para o jornal <i>mobile</i> demanda maior velocidade por parte do ilustrador, que terá que acumular outras competências.
O ilustrador terá que acumular competências		

Pergunta D: Na sua atuação como ilustrador, como é sua relação com editores, designers e jornalistas, no processo de concepção e realização de projetos que envolvam ilustrações?		
Temas observados e processo de codificação		
Primeira rodada	Segunda Rodada	Descrição
Interação e diálogos são positivos para a dinâmica de trabalho e autonomia	Interação, parceria e confiança mútua são importantes	A interação, parceria e confiança mútua entre ilustradores, jornalistas, designers e editores foram consideradas positivas para o
Interação é importante para determinar a		

técnica utilizada e resultado		entendimento da função que cabe a cada profissional, das necessidades específicas de cada projeto, evitando solução impostas por uma parte e resultando em trabalhos melhores.
Parceria e soluções de comum acordo, com confiança mútua são importantes		
Escutar a opinião dos outros e entender a parte que cabe a cada profissional é importante		
Parceria resulta em melhores trabalhos		
Autonomia criativa é o mais importante	Autonomia criativa sem imposição de ideias ao ilustrador é importante para evitar desgaste	A autonomia criativa é fundamental para a boa relação do ilustrador com editores, designers e jornalistas. Embora seja natural receber orientações e escutar sugestões de terceiros, os ilustradores rejeitam a imposição de ideias pré-concebidas e desejam ter a palavra final acerca do desenho que realizam e assinam. O reconhecimento do ofício é importante para uma interação com confiança mútua, não sendo o ilustrador tratado como subordinado dos demais profissionais.
Redator pode dar sugestão no texto, mas ilustrador faz sua própria proposta e criação		
A boa relação se dá quando conhecem o trabalho do ilustrador, interferem pouco e pagam no prazo		
Não há problema em aceitar uma sugestão, mas a palavra final é de quem assina o desenho		
Orientar, mas sem impor ideia pré-concebida		
Chargistas precisam de liberdade total		
Jornalistas por vezes tentam controlar a criação		
Desenhar a ideia de terceiros é distorção do ofício do ilustrador		
Precisar de aval de designer, editor e jornalista causa desgaste ao ilustrador		
Ilustrador deve evitar ficar subordinado demais a outros profissionais		
Quando expectativas e agenda não são claras e há tentativa de subordinação e maior desgaste		
Evitar amarrar ideia pré-concebida e mastigada		
Interage apenas por e-mail na maioria das vezes	Pouca interação como <i>freelancer</i>	Os ilustradores <i>freelancers</i> relatam pouca interação, sendo uma relação de entrega comercial mediante solicitação por e-mail, tratando diretamente com um editor, sem participação no processo editorial de concepção de projetos ilustrados.
Relação comercial: vende um produto		
Relação do <i>freelancer</i> se dá com um indivíduo (editor) e não com editoria – vínculo frágil		
Não participa no processo de concepção e realização de projetos que envolvam ilustrações		
Pouca interação: recebe o tamanho limite da área para desenhar, lê o texto e entrega ilustração		
A relação varia muito de acordo com o veículo, seu tamanho, sua proposta	Autonomia é relativa: depende do projeto, caderno, veículo e editor	A autonomia criativa do ilustrador é relativa e depende da linha editorial do veículo ou caderno, do perfil do editor e da cultura da redação. Noções de jornalismo e design ajudam na negociação e maior liberdade do ilustrador.
Noções de jornalismo e design ajudam a negociar autonomia criativa		
Redações diferentes tem culturas diferentes		
Cada linha editorial tem limites diferentes		
Amplitude estilística e temática da ilustração depende do caderno e do perfil de cada editor		
Todos são colegas sobrevivendo fazendo jornal	Boa relação	Relação boa, cordial, pragmática, eficaz e sem problemas a destacar.
Positiva e com aceitação de ambos os lados		
Não encontro muitos problemas		
Eficaz, sem firula		
Cordial, sem problemas		
Trabalhos especiais demandam mais interação	Projetos especiais demandam maior interação e trabalho em equipe	Os projetos especiais que envolvem ilustração, tais como narrativas multimídia, interativas demandam maior interação e envolvimento do ilustrador com equipes de profissionais multidisciplinares.
Interação é fundamental em equipe multidisciplinar gerando narrativas digitais interativas ilustradas		

Nos projetos especiais multimídia, o ilustrador precisa se envolver e interagir		
Projetos mais longos, conversas e interação maior com outros profissionais		
Competitividade: "O que o jornalista faz, até posso fazer, mas o que faço ele não faz."	Jornalismo: Ilustrador não se sente jornalista ou sugere atrito com jornalistas	O ilustrador não se sente jornalista e sugere relação de competitividade e desconfiança com jornalistas, cuja bagagem e formação em arte e cultura visual muitas vezes é pobre, o que gera atritos.
A convivência com jornalistas é violentadora		
Falta noções de arte e cultura visual aos jornalistas		
Jornalistas tendem a jogar em time separado		
O ilustrador compreende a linha editorial do jornal na relação diária com a redação	Noções de jornalismo e linha editorial ajudam a boa relação	O entendimento da linha editorial do jornal, aprendida na prática diária, assim como noções de jornalismo, facilitam integração do ilustrador.
Noções de jornalismo e linha editorial ajudam na boa relação com demais profissionais		
Depende do carácter, vaidade e objetivos dos envolvidos	Interação é boa ou ruim dependendo das personalidades envolvidas	A boa relação do ilustrador e colegas depende mais de traços como carácter, vaidade e personalidade do que de formação profissional.
Interação é boa ou ruim dependendo das personalidades dos profissionais envolvidos		
Editor de Arte que é também ilustrador contribui para compreensão de possibilidades e exigências	Editor de Arte: bagagem cultural e artística contribui para boa interação com ilustrador	O perfil do Editor de Arte contribui para melhor interação e integração dos ilustradores. Editor que é também Ilustrador, Designer e/ou com boa bagagem de cultural visual são preferidos pelos ilustradores.
Editor com formação em Design facilita contato		
Bagagem cultural do editor contribui para boa relação com ilustradores		
Perfis profissionais tem diferentes atitudes quanto aos processos de troca e interação	Jornalista e designer tem diferentes atitudes quanto a troca e interação	A interação do ilustrador com jornalistas e designers geralmente se dá em momentos e atitudes diferentes.
Ilustrador <i>curinga</i> : mais adequado ao trabalho fixo hoje	Exigência maior de versatilidade e múltiplas competências para o ilustrador fixo	O ilustrador fixo, cada vez mais raro, precisa de versatilidade, flexibilidade e competências em design e jornalismo no emprego em redação.
Ilustrador precisa ser profissional mais completo, com competências de design e jornalismo		
Designers à frente da interação	Designers são mais abertos a interação e parceira com ilustrador	O Designer é considerado o colega mais próximo do ilustrador, estando mais aberto a parceria e interação.
Designers mais abertos a parceira: "jogam no mesmo time"		
Como pagam pouco, não dão palpite	Autonomia para ilustrar como contrapartida da baixa remuneração	A liberdade criativa concedida aos colaboradores <i>freelancers</i> é uma contrapartida da baixa remuneração.
O baixo orçamento reduz o grau de exigência		
Interferências se dão por questões ligadas ao projeto do jornal e não por opinião de jornalista	Profissionalismo diminui impacto de intervenções arbitrárias na ilustração	Ambiente mais profissional e reconhecimento de ilustradores e designers dá mais liberdade com responsabilidade e confiança.
Profissional precisa ter responsabilidade e confiança da direção: "saber o que está fazendo"		
Pedem ilustração quando não há foto	Ilustração ainda é utilizada como tapanburaco, na ausência de foto	A pressão do tempo de atualização e fechamento do jornal leva ao uso da ilustração como imagem que obrigatória, acompanhando um texto do jornal, sem cuidado.
Pressão do tempo leva a mal uso		

Pergunta E: Como você vê o futuro da profissão de ilustrador na indústria jornalística?

Temas observados e processo de codificação

Primeira rodada	Segunda Rodada	Descrição
Editores preferem fotos e gráficos no digital	Desvalorização	A profissão será desvalorizada, com menos vagas existentes e menos espaços para publicação, sendo subutilizada ou preterida por
O mercado está saturado		
Ilustrador será figura menor dentro do jornal		

Fácil de publicar, difícil de se firmar		editores. A vulgarização da ilustração e baixa remuneração dificulta a formação e o desenvolvimento profissional pela intermitência e saturação de mercado.
Má formação intelectual dos jovens profissionais		
Diminuição de espaço para publicação		
Diminuição de vagas		
Vulgarização, banalização e amadorismo		
Trabalho intermitente ou descontínuo		
Subutilização ou mau uso da ilustração		
Leitores querem menos texto e mais imagem	Haverá sempre espaço para ilustração no jornalismo	A ilustração é essencial e simbiótica ao jornalismo. Enquanto houver jornal, haverá espaço para ilustração, considerando ainda que a utilização de imagens no jornalismo cresceu nas últimas décadas.
Jornal sem imagem é inconcebível		
A ilustração sempre fez parte da indústria jornalística		
Sempre haverá espaço para a ilustração		
Ilustração é essencial ao jornalismo		
Parcialidade e perda de credibilidade afasta leitor	O jornal e sua indústria precisam se reinventar	Antes de se pensar o futuro do Ilustrador é necessário pensar o futuro do jornal, que precisa se reinventar. O jornal poderá se tornar um produto especial, customizável, mais focado em opinião do que no "furo". O zelo pela credibilidade é fundamental para manter leitores.
Jornal impresso vai acabar e ressurgir		
Jornal e ilustração virarão produto especial		
Indústria jornalística precisa sobreviver		
Não há futuro na indústria jornalística de hoje		
Indústria vem perdendo relevância e não percebe		
Reinvenção do jornal passa por ter mais opinião		
Jornal será <i>customizável</i> como redes sociais		
Não sei como responder isso	Momento indefinido de transição	O momento é de transição, com cenário indefinido, sendo mais prudente evitar vaticínios.
Qualquer generalismo converge para idiotices		
Haverá mudanças significativas		
São ciclos, daqui a pouco surge nova tendência		
Sempre há ciclos com maior e menor demanda		
Fase de transição, sem saber para onde vamos		
Depende do formato que jornal assumir		
Ter versatilidade e competências adicionais	Multidisciplinabilidade e versatilidade	O futuro do ilustrador passa pela interação cada vez maior com outras disciplinas, com maior versatilidade e diversidade de trabalhos, além da aquisição de novas competências como noções de design e jornalismo.
Precisará cada vez mais de noções de jornalismo		
Estar apto a trabalhos interdisciplinares		
Ter maior interação com outras áreas		
Campo jornalístico receberá cada vez mais ilustradores de outras áreas		
Ser um designer que conta histórias		
A profissão acabou	Ilustrador fixo será extinto ou tende a acabar	O trabalho de ilustrador contratado e fixo na redação está extinto ou tende a acabar em pouco tempo. O mercado deverá trabalhar apenas com ilustradores remotos <i>freelancers</i> .
Mercado trabalhará apenas com <i>freelancers</i>		
Profissão vai terminar		
Ilustrador de jornal estará extinto em breve		
O ilustrador contratado fixo está acabando		
Menos gente nas redações, mais gente remota		
Ilustração poderá ter movimento	Incorporar linguagens ou criar nova linguagem	O futuro do ilustrador passa pela incorporação de linguagens como animação, quadrinhos e conteúdos interativos. A ilustração digital talvez necessite até de uma nova linguagem, ainda por vir.
Evitar imitar equivocadamente uma linguagem, "uma coisa tentando ser"		
Ilustração terá movimento, som e interatividade		
Ilustração poderá ser animada, holográfica		
Novas linguagens poderão ser incorporadas		
Ilustração virará algo especial, incorporando novas linguagens de outros campos		
Reinventar as formas de uso da ilustração		
Devemos reinventar posicionamento de mercado	Profissão precisa se adaptar e reinventar	A profissão de ilustrador precisa se atualizar, adaptar, se envolver mais no trabalho jornalístico e repensar seu posicionamento de
Na era da informação nada dura muito		

tempo		mercado.
Ilustrador precisa se atualizar		
Ilustrador precisa se envolver mais		
Profissão pode ser reinventada; não existe mais		
Ilustrador está sempre se adaptando		
Leitor acostumou-se a não pagar pelo conteúdo	Modelo de negócio atual é insustentável	O modelo de negócio atual do jornalismo e, por conseguinte, do ilustrador de jornais é insustentável. Leitores e curadores de conteúdo digital acostumaram-se a não pagar pela produção dos jornais. Um modelo adaptado às novas mídias ainda não foi resolvido.
Sites curadores ganham mais que produtores		
Está difícil viver como ilustrador		
Modelo de negócio adaptado às novas mídias ainda não foi resolvido		
Poucos conseguem ganhar dinheiro o bastante		
Viabilidade econômica do jornal é fundamental para viabilidade da profissão de ilustrador		
Jovem futuro ilustrador fará caricaturas em outros campos, fora dos jornais	Novos caminhos para além dos jornais	O futuro do ilustrador estará em outras áreas, fora dos jornais, realizando jornalismo em quadrinhos, caricaturas e infografias ilustradas para livros e conteúdos digitais nos mercados editorial e educacional.
Há possibilidades além do jornalismo		
Ilustração se desenvolve mais fora da imprensa		
Jornalismo em quadrinhos em livros e sites		
Há programas e aplicativos que geram imagens	Programação e automação ganharão espaço	Programas, aplicativos e sistemas que criam imagens e automatizam parte da criação gráfica, além de agências e bancos de imagens, desvalorizam o trabalho de ilustradores e designers.
Programas desvalorizaram designer e ilustrador		
Programadores ganharão espaço, designers e ilustradores perderão		
Agências e bancos de imagens ganharão espaço		
Contar histórias e/ou dar suporte a narrativas	Contar histórias	O futuro da ilustração (e do jornalismo visual) é contar boas histórias, com interatividade e participação ativa do usuário-leitor.
O importante é termos boas histórias pra contar		
Ser um narrador visual, com interação do usuário		
Para desenhar, não há fórmulas	Originalidade e autenticidade no desenho	Cultivar originalidade e autenticidade do desenho, evitando fórmulas e trazendo um diferencial ao jornal.
Ilustração exclusiva é diferencial para jornal		
Originalidade independe de tecnologia		
"Entre na profissão por causa disso"	Motivação original para entrar na profissão não existe mais	Capas onde a ilustração e caricatura eram figura dominante, raras atualmente, foram a motivação para ilustradores iniciarem na profissão.
"O que me atraiu eram aquelas páginas de caricatura enormes"		
Crescimento da importância da imagem na cultura valorizará profissão	Valorização	A crescente importância da imagem na cultura e a orientação essencialmente visual da internet valoriza a profissão de ilustrador
A internet é visual e a ilustração poderá ganhar mais espaço		
Profissão ainda não é regulamentada	Profissão deveria ser regulamentada	A ausência de regulamentação da profissão se reflete nos contratos e condições de trabalho.
Condições de trabalho e melhores contratos são difíceis sem regulamentação		
É importante a ilustração estar no projeto editorial	É importante a ilustração estar no projeto editorial	Ambiente organizacional e projeto editorial que cultivam a ilustração favorecem seu desenvolvimento.
Evitar excessos na animação e interatividade	Evitar excessos na ansia por nova linguagem	O desenho estático ainda tem valor. Ilustradores devem evitar excessos na busca por nova linguagem no mobile.
Jornais fecharão	Jornais vão acabar	A imprensa tradicional vai acabar ou passar a trabalhar esporadicamente.