

---

**Manutenção de padrões gráficos de jornais impressos no digital:  
um apelo à memória**

**Maintaining digital newspaper graphic patterns:  
an appeal to memory**

Thalita Oliveira GONÇALVES<sup>20</sup>  
Letícia Freire NEGROMONTE<sup>21</sup>  
David da Silva BRITO JUNIOR<sup>22</sup>  
Thamyres Oliveira CLEMENTINO<sup>23</sup>  
Camila Assis Peres SILVA<sup>24</sup>

**RESUMO**

Este artigo apresenta um estudo sobre a transição do jornal impresso para o meio digital, objetivando expor quais elementos visuais são adotados para gerar confiabilidade em ambientes virtuais a partir da manutenção da memória de jornais impressos. Objetiva-se, com isto, apresentar o jornal impresso como norteador para veiculação da notícia em ambientes virtuais, bem como compreender essa relação, que se mostrou coerente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornal impresso; Design; Jornal digital; Memória; Percepção visual.

**ABSTRACT**

This paper presents a study on the transition from the printed newspaper to the digital medium, aiming to expose which visual elements are adopted to generate reliability in virtual environments by maintaining the memory of printed newspapers. The objective is, with this, to present the printed newspaper as a guide for the dissemination of news in virtual environments, as well as to understand this relationship, that proved to be coherent.

**KEYWORDS:** Printed newspaper; Design; Digital newspaper; Memory; Visual perception.

---

<sup>20</sup> Estudante do 2º semestre do Curso de Educomunicação da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG); Graduada em Letras pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), e-mail: [thalitaogoncalves@gmail.com](mailto:thalitaogoncalves@gmail.com)

<sup>21</sup> Estudante do 5º semestre do Curso de Design da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), e-mail: [junior.geoeduc@gmail.com](mailto:junior.geoeduc@gmail.com)

<sup>22</sup> Estudante do 2º semestre do Curso de Educomunicação da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), [leticiafnegromonte@gmail.com](mailto:leticiafnegromonte@gmail.com)

<sup>23</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Design da UFCG; Doutora em Design pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), [thamyres.oliveira.clementino@gmail.com](mailto:thamyres.oliveira.clementino@gmail.com)

<sup>24</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Design da UFCG; Doutora em Design pela UFCG, e-mail: [silva.camila.assis@gmail.com](mailto:silva.camila.assis@gmail.com)

---

## INTRODUÇÃO

O jornalismo impresso passa por modificações constantes frente às evoluções tecnológicas. A estrutura jornalística, sua produção, os materiais utilizados e os procedimentos contam esses momentos históricos (MORAES, 2015). Essa evolução, a partir do século XIX, ampliou a circulação das opiniões, antes, no âmbito pessoal e local, para níveis coletivos e abrangentes (PEREIRA e MESQUITA, 2011). Neste contexto, os produtos jornalísticos desempenham grande papel social, fomentando um sistema específico de mídia, que considera os aspectos mercadológicos, políticos e sociais para a produção da informação (PEREIRA e MESQUITA, 2011). No tocante às estruturas dos jornais impressos, observa-se, segundo Northup (2007 p. 3, *apud* MORAES, 2015), que:

O jornal em sua forma e função é resultado direto do modo como a mente humana trabalha. Nós reagimos instintivamente àquilo que é maior, mais alto, mais pesado ou (o) primeiro. Nós naturalmente colamos peças para estabelecer sentidos entre elas. E temos uma habilidade inata para discernir (ou extrair) padrões e significados de um grupo de objetos ou de informação.

Assim, recursos como a utilização de seções, *Lead*, tipografia, imagens, e infográficos são aplicados para um melhor aproveitamento da estrutura do jornal (MORAES, 2015). Tomando como exemplo a tipografia, esta pode variar em uma mesma página indicando um valor diferenciado para cada editorial. Para Caldwell (2014, p. 46), “é através das sensações evocadas pela tipografia que se transmite seriedade, jovialidade, bom humor e assim por diante”. Já a utilização da imagem é decisiva, pois acrescenta importância ao texto escrito (MORAES, 2015).

O advento da internet abriu espaço para os jornais on-line, onde as informações são atualizadas de forma imediata e veiculadas em diversos aparelhos e plataformas digitais. Inicialmente, as publicações se davam por meio de arquivos em PDF que simulavam as páginas de um jornal convencional, incluindo o movimento de passar a página (MORAES, 2015; CALDWELL; ZAPATERRA, 2014). Neste processo de transposição do jornal impresso para o digital, foram adotados como base os princípios de organização e edição da página impressa (MORAES, 2015). Tal situação é compreensível já que, de acordo com Cardoso (2013), a

experiência do indivíduo com os objetos é o que se faz de mais imediato e íntimo, sendo uma relação condicionada por todas as outras experiências antecedentes, que auxiliam no julgamento de acontecimentos/experiências atuais. É possível fazer o uso estratégico da memória para refinar projetos, incumbindo-lhes camadas adicionais de significados, e, no caso supracitado, atribuir maior credibilidade/confiabilidade às novas formas de veiculação de jornais.

Este artigo se propõe a mostrar os elementos gráficos adotados no jornal impresso como norteadores para as demais formas de veiculação da notícia em ambientes virtuais, sobretudo em redes sociais, associados a jornais de grande circulação, relacionando esta estratégia ao conceito de memória visual e seu impacto para a manutenção da confiança da notícia. Para isto, pretende-se: (1) entender quais aspectos visuais estéticos são experimentados nos jornais mais influentes do Brasil; e (2) analisar se algum aspecto foi adotado nas novas formas de veiculação da notícia em ambientes virtuais.

## **1. MEMÓRIA**

Para Cardoso (2012), a memória capacita o indivíduo a lembrar o que viveu ou aprendeu a partir de associações, que podem surgir mediante situações presentes ou mesmo a partir de objetos, sendo estes compreendidos como suportes para a memória. Quanto à experiência, o autor afirma ser o que se faz de mais imediato e íntimo com os objetos, sendo uma relação condicionada por todas as experiências antecedentes, que auxiliam no julgamento de acontecimentos atuais. Deste modo, é possível afirmar que os objetos podem ser projetados com o propósito de evocar memórias ligadas a identidades específicas, gerando reconhecimento por parte do público. Cardoso (2013) também afirma que é possível fazer o uso estratégico da memória para refinar projetos, incumbindo-lhes camadas adicionais de significados. No caso do objeto de pesquisa deste artigo, conjectura-se que a memória possa ser utilizada para atribuir maior credibilidade/confiabilidade aos novos formatos de veiculação de jornais em ambientes virtuais. Ao projetar a função estética, é possível contribuir para que o indivíduo reconheça as informações que o cerca, trazendo-lhe maior conforto, mediante as condições de percepção (LÖBACH, 2001).

---

As características visuais sugerem significados e relações, permitindo que se crie uma especificidade discursiva própria (CARDOSO, 2012). Assim, pode-se conjecturar que, ao adotar aspectos visuais estéticos similares aos jornais impressos, os novos formatos veiculados em ambientes virtuais podem gerar associação à confiança inerente aos jornais impressos, dando continuidade a experiência prévia dos consumidores.

## **2. PERCEPÇÃO VISUAL**

Qualquer “coisa” que provoque uma reação em algum órgão do sentido é considerado como um estímulo, capaz de gerar resposta por parte de um observador e por meio da percepção, que é considerada um processo baseado na ação, na probabilidade e na experiência (FARINA et al., 2011). Segundo Löbach (2011, p. 171), a “percepção é um processo pelo qual uma aparência estética se transforma em significado”, em que os aspectos visuais estéticos geram estímulos que culminam no julgamento acerca dos fenômenos visuais.

Isso é exposto por Nasar (2000) ao abordar as respostas avaliativas do entorno. Para o autor, os estímulos do entorno moldam nossos sentimentos, pensamentos e comportamento a partir do processo de percepção estética, que une os fatores do entorno (aspectos visuais estéticos) aos fatores pessoais (provenientes de experiências anteriores e propósitos). Essa combinação consiste na captação sensorial direta do entorno por meio da visão (1ª fase, objetiva), influenciando os pensamentos dos indivíduos, que buscam estruturar, reconhecer e apreender as informações captadas (cognição — 2ª fase subjetiva). O que, por sua vez, permite que se transforme “objetos” em significado. A percepção das características do entorno evocam sentimentos viscerais que, combinados aos pensamentos (avaliações emocionais), produzem pensamentos reflexivos (avaliações cognitivas) que podem afetar o comportamento humano.

Para Cardoso (2013), toda vez que um indivíduo olha para um objeto associa-o a uma série de valores e juízos ligados à história individual e coletiva. O autor afirma que atribui-se qualidades aos objetos que, no fundo, não derivam dele, mas do repertório cultural e pressupostos, que contribuem para a efetivação de um novo comportamento. É possível fazer uso estratégico da memória, sendo muitos os modos de criar correspondência entre o projeto

visual, a memória e a identidade. O repertório existente pode ser utilizado para introduzir ruídos e criar dissonâncias, tanto quanto para reforçar significados aparentes (IBID, 2013).

Esta explanação possibilita inferir que os jornais impressos, adotados por muito tempo como suporte para as notícias, foram experienciados amplamente pelo público, que, diante de tal repertório, podem levar para as avaliações das novas formas de veiculação da notícia expectativas de associação a memória sobre o tema. Aqui se compreende que a manutenção de aspectos visuais estéticos presentes no jornal impresso foi utilizada como estratégia, que teve como objetivo evocar confiança para os suportes digitais atuais.

### 3. FATORES VISUAIS: ASPECTOS VISUAIS ESTÉTICOS DO JORNAL IMPRESSO

Os aspectos visuais estéticos presentes nos jornais impressos e digitais podem ser compreendidos como estímulos visuais para os indivíduos, capazes de influenciar pensamentos e julgamentos. Para Damasceno (2013, p. 21), é possível compreendê-los por meio da diagramação, que corresponde à “distribuição dos elementos que compõem diariamente a página de um jornal e cuja função é dar forma estética à informação”. Após levantamento bibliográfico, foi possível definir os principais componentes estruturadores deste gênero, considerando a nomenclatura pertinente a área, sendo eles (MORAES, 2018; PAULA, 2014; DAMASCENO, 2013; CALDWELL E ZAPPATERRA, 2014):

Quadro 1 – Principais aspectos visuais estruturadores dos jornais impressos

1	Cartola	também conhecida como chapéu ou retransca, geralmente é colocada no topo da página dando o direcionamento para o assunto tratado ou designando a editoria
2	Antetítulo	colocado acima do título principal, assim como o título auxilia na função de instigar a leitura
3	Título manchete	Além de nomear a notícia também é utilizado para chamar atenção para o assunto, tanto pela abordagem do texto quanto pelo destaque gráfico (peso visual) conferido a ele. Conforme Zappaterra (2007), o título da notícia geralmente possui o maior corpo de texto do layout.
4	Linha de apoio	É uma forma de complementação do título, dando-lhe sustentação. Também é chamada de linha-fina, subtítulo ou sutiã e usualmente fica abaixo do título.
5	Olho da matéria	pode ser o destaque de um trecho da notícia ou uma citação da fala de algum personagem desta, nesse caso mediante a utilização de aspas na maior parte das vezes. De um modo geral, o olho é usado para quebrar a massa de texto da página, tornando-a mais dinâmica e atraente para leitura. Também cumpre essa função o entretítulo e uso de capitular
6	Lead	é a essência da notícia, responde às questões: Quem? Fez o quê? Quando? Como? Onde? Por quê? É objetivo, estabelece afala e comunica os aspectos mais relevantes do assunto. Pode vir destacado do corpo de texto com uso de negrito, por exemplo.

7	Capitular	Letra em tamanho maior usada para marcar o início de um texto
8	Corpo de texto	parte do texto onde os conteúdos são desenvolvidos pelos colaboradores. Assim como os demais elementos textuais, evidencia parte da personalidade da publicação através do uso de tipografia padrão escolhida pelo jornal
9	Entretítulo	Colocado no meio do corpo do texto com a finalidade de dividir o assunto em seções e facilitar a leitura. Também conhecido como intertítulo ou quebras
10	Box	texto auxiliar que acompanha a notícia principal com propósito complementar. Pode ser um conjunto de informações técnicas relacionadas ao texto principal (serviços) ou servir para dar explicações adicionais ao leitor.
11	Colunagem	a distribuição do corpo de texto em colunas de tamanhos regulares, espaçadas e utilizadas para ‘encaixar’ os componentes da página
12	Título secundário	tem a mesma função do título, porém se refere a uma matéria secundária, ou seja, com menos destaque visual do que o título principal, mas contando, mesmo assim, com realce em relação ao corpo de texto e demais componentes da página
13	Legenda	texto curto que explica a foto ou ilustração
14	Crédito	Assinatura usada em foto ou para marcar material produzido por agência ou outra publicação
15	Folio	área destinada a apresentar o número da página, data e nome do jornal
16	Fio	linha utilizada para separar conteúdo na página
17	Assinatura	Crédito dado ao autor de uma matéria, ilustrações ou infográficos
18	Aspas	Declaração inserida em uma matéria
19	Serviço	Pequeno texto usado no pé da matéria contendo endereço, horário, página da web ou telefone de algo citado na matéria;
20	Arte	Imagens criadas para ilustrar, complementar ou substituir um texto. Podem ser infográficos, ilustrações ou charge
21	Fotografia	Imagem figurativa que ilustra a notícia;
22	Cabeçalho	Parte inicial da página. Nele encontra-se a logotipo, título/nome do jornal, edição, editorial, preço, ano, editor-chefe, numeração e data;
23	Expediente	Traz o enunciado com os nomes do jornal e informações daqueles que são responsáveis pela publicação e, por ser publicado em todas as edições, é um elemento fixo presente em todas as edições de um jornal, a que os projetos gráficos cuidam de dar uma forma padronizada;
24	Vinheta	Elementos ilustrativos que abrem colunas ou artigos que são permanentes, ou seja, são publicados em todas as edições do veículo;
25	Selo	Tem sua utilização temporária de acordo com a época da temática. Se faz com o uso de elementos ilustrativos e são inseridos em todo o material publicado sobre o tema, como forma de referenciar e posicionar o leitor sobre o assunto que ali se inicia;
26	Skbox	Possui uma ou mais chamadas, constituídas de títulos, textos e fotos ou imagens ilustrativas, que variam de número e tamanho, mas, de modo geral, são apresentadas na parte superior da página, acima do logotipo;

Fonte: Elaborado pelas autoras (es) (2021).

#### 4. MÉTODOS

Inicialmente, foram realizados levantamentos utilizando como fontes a Associação Nacional dos Jornais (ANJ), o Instituto Verificador de Comunicação (IVC) e o site Invertexto<sup>25</sup>, especializado em dados e números de acessos na *web*. O objetivo estava em saber quais são os jornais mais influentes no ambiente nacional. Constatou-se que os jornais impressos de maior

<sup>25</sup> Disponível em [www.invertexto.com/sites-mais-acessados?p=1](http://www.invertexto.com/sites-mais-acessados?p=1).

circulação são: 1. O Globo (RJ); 2. Folha de São Paulo (SP); 3. Estadão (SP); 4. Super Notícia (MG); 5. Zero Hora (RS). Destes, os jornais com maior adesão de assinaturas digitais são: Folha de São Paulo; O Globo; e Estadão. Estes últimos apresentam versões nas seguintes mídias digitais: site web; facebook; instagram; e twitter, se adequando aos objetivos da pesquisa.

Como procedimento de análise dos dados, foi adotada a análise visual, que corresponde à desconstrução da mensagem para compreensão dos mecanismos envolvidos, segundo Joly (2012). Para Noble e Bestley (2013, p.70), a análise é um dos métodos qualitativos que, na prática, corresponde à leitura das mensagens explícitas e implícitas em uma forma visual, com objetivo de determinar a gama de significados que podem ser comunicados para um público em potencia. Buscou-se indícios de que a memória visual dos jornais impressos foi mantida nos novos formatos, a fim de gerar associações positivas.

A pesquisa foi dividida em duas etapas. A etapa 1 consistiu na análise visual de cinco jornais de grande circulação nacional no ano de 2020, a fim de compreender se os aspectos visuais estéticos presentes nos jornais impressos foram adotados como suporte à memória para as versões no ambiente digital, propiciando confiabilidade. O objetivo estava em definir quais aspectos visuais estéticos jornalísticos aparecem com maior recorrência. Na etapa 2 foi realizado um levantamento dos formatos digitais adotados pelos jornais de maior circulação nacional em ambientes virtuais, o que forneceu material para análise de quais recursos do jornal impresso ainda são utilizados em redes sociais e meios digitais.

## **5. RESULTADOS**

Para compreender quais recursos são mais experienciados pelo público, bem como imbuídos na memória da população, foram realizadas análises das capas dos cinco jornais impressos selecionados (figuras 1, 2, 3, 4 e 5). O objetivo é buscar e listar quais dos 26 aspectos visuais estéticos levantados, a partir do referencial teórico, estão presentes nos cinco principais jornais impressos brasileiros, capazes de compor o repertório da população a partir da experiência. Neles, foi possível estabelecer como recursos endossados para a estética dos principais jornais os seguintes aspectos: 3 - Manchete; 4 - Linha de apoio; 6 - Lead; 11 -

Colunagem; 12 - Título secundário; 13 - Legenda; 14 - Crédito; 15 - Fólio; 16 - Fio; 21 - Fotografia; e 22 – Cabeçalho, como observa-se na análise das imagens a seguir:

	Cartola	Antetítulo	Manchete	Linha apoio	Olho	Lead	Capitular	Corpo text	Entretítulo	Box	Colunagem	Título secul	Legenda	Crédito	Fólio	Fio	Assinatura	Áspas	Serviço	Arte	Fotografia	Cabeçalho	Expediente	Vinheta	Selo	Slybox
Jornal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
O Globo																										
Folha de São Paulo																										
Estadão																										
O tempo																										
Zero hora																										
Maior recorrência																										

Figuras 1, 2 3, 4 e 5 – Análise visual dos principais aspectos estéticos presentes nos jornais



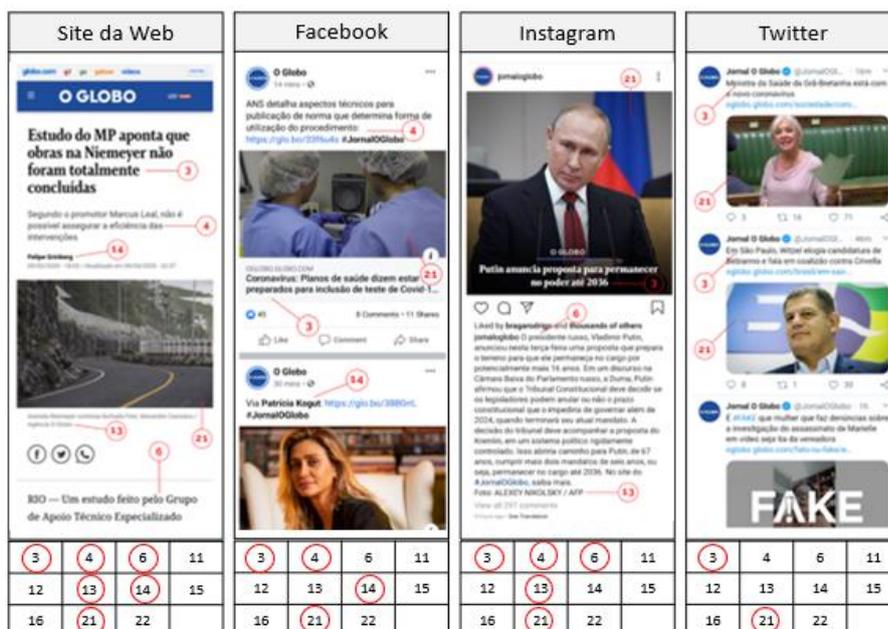


Fonte: Elaborado pelas autoras (es) (2021).

Os elementos supracitados mostram-se relevantes para ativar a memória dos leitores, visto sua recorrência em jornais impressos de grande circulação nacional, o que pode contribuir para o estabelecimento de um repertório capaz de interferir nos julgamentos acerca das novas formas de veiculação da notícia em ambientes virtuais. Aprofundando a investigação, buscou-se, na etapa 2, compreender se esses recursos podem ser experienciados também nas novas formas de veiculação da notícia, o que foi possível avaliar a partir da análise apresentada nas imagens abaixo:

Figuras 6, 7, 8 e 9 – Análise visual da veiculação de notícias em ambientes virtuais

**Jornal O Globo**



Legenda: 3 - Manchete; 4 - Linha de apoio; 6 - Lead; 11 - Colunagem; 12 - Título secundário; 13 - Legenda; 14 - Crédito; 15 - Fôlho; 16 - Fio; 21 - Fotografia; 22 - Cabeçalho;

**Jornal Folha de São Paulo**

Site da Web	Facebook	Instagram	Twitter																																																
																																																			
<table border="1"> <tr><td>3</td><td>4</td><td>6</td><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td></tr> <tr><td>16</td><td>21</td><td>22</td><td></td></tr> </table>	3	4	6	11	12	13	14	15	16	21	22		<table border="1"> <tr><td>3</td><td>4</td><td>6</td><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td></tr> <tr><td>16</td><td>21</td><td>22</td><td></td></tr> </table>	3	4	6	11	12	13	14	15	16	21	22		<table border="1"> <tr><td>3</td><td>4</td><td>6</td><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td></tr> <tr><td>16</td><td>21</td><td>22</td><td></td></tr> </table>	3	4	6	11	12	13	14	15	16	21	22		<table border="1"> <tr><td>3</td><td>4</td><td>6</td><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td></tr> <tr><td>16</td><td>21</td><td>22</td><td></td></tr> </table>	3	4	6	11	12	13	14	15	16	21	22	
3	4	6	11																																																
12	13	14	15																																																
16	21	22																																																	
3	4	6	11																																																
12	13	14	15																																																
16	21	22																																																	
3	4	6	11																																																
12	13	14	15																																																
16	21	22																																																	
3	4	6	11																																																
12	13	14	15																																																
16	21	22																																																	

Legenda: 3 - Manchete; 4 - Linha de apoio; 6 - Lead; 11 - Colunagem; 12 - Título secundário; 13 - Legenda; 14 - Crédito; 15 - Fólio; 16 - Fio; 21 - Fotografia; 22 - Cabeçalho;

**Jornal Estadão**

Site da Web	Facebook	Instagram	Twitter																																																
																																																			
<table border="1"> <tr><td>3</td><td>4</td><td>6</td><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td></tr> <tr><td>16</td><td>21</td><td>22</td><td></td></tr> </table>	3	4	6	11	12	13	14	15	16	21	22		<table border="1"> <tr><td>3</td><td>4</td><td>6</td><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td></tr> <tr><td>16</td><td>21</td><td>22</td><td></td></tr> </table>	3	4	6	11	12	13	14	15	16	21	22		<table border="1"> <tr><td>3</td><td>4</td><td>6</td><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td></tr> <tr><td>16</td><td>21</td><td>22</td><td></td></tr> </table>	3	4	6	11	12	13	14	15	16	21	22		<table border="1"> <tr><td>3</td><td>4</td><td>6</td><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td></tr> <tr><td>16</td><td>21</td><td>22</td><td></td></tr> </table>	3	4	6	11	12	13	14	15	16	21	22	
3	4	6	11																																																
12	13	14	15																																																
16	21	22																																																	
3	4	6	11																																																
12	13	14	15																																																
16	21	22																																																	
3	4	6	11																																																
12	13	14	15																																																
16	21	22																																																	
3	4	6	11																																																
12	13	14	15																																																
16	21	22																																																	

Legenda: 3 - Manchete; 4 - Linha de apoio; 6 - Lead; 11 - Colunagem; 12 - Título secundário; 13 - Legenda; 14 - Crédito; 15 - Fólio; 16 - Fio; 21 - Fotografia; 22 - Cabeçalho;

3	Manchete	Título principal em destaque	14	Crédito	Assinatura usada em foto ou para marcar material produzido por agência ou outra publicação;
4	Linha de apoio	Complementa manchete textualmente	15	Fólio	Área destinada a apresentar o número da página, data e nome do jornal;
6	Lead	Comunica os aspectos mais relevantes do assunto. Pode vir destacado do corpo de texto com uso de negrito, por exemplo;	16	Fio	Linha utilizada para separar conteúdo na página;
11	Colunagem	Distribuição em colunas	21	Fotografia	Imagem figurativa que ilustra a notícia;
12	Título secundário	matéria secundária, ou seja, com menos destaque visual	22	Cabeçalho	Parte inicial da página, com logotipo, título/nome do jornal, edição, editorial, preço, ano, editor-chefe, numeração e data;
13	Legenda	Texto curto que explica a foto ou ilustração;			

Fonte: Elaborado pelas autoras (es) (2021).

Nesta análise, os três principais jornais brasileiros tiveram suas redes digitais analisadas, a fim de buscar similaridades com os aspectos estéticos experienciados nos jornais impressos. Foi possível constatar que:

- Nos sites, os jornais mantiveram como recurso visual (3) Manchete; (4) Linha de apoio; (6) Lead; (16) Fio; e (21) Fotografia, podendo esta última ser acompanhada de (13) Legenda e (14) Créditos;
- Quando o meio de divulgação é o Facebook, as notícias adotam (3) Manchete; (4) Linha de apoio; (14) Crédito; (15) Fólio e (21) Fotografia;
- No Instagram, duas formas de veiculação são apresentadas, uma expõe uma imagem contendo toda a interface da capa do jornal impresso, mantendo a memória associada diretamente à versão impressa. Já no outro formato, apresenta (4) Linha de apoio, mesmo sem a presença de uma manchete explícita; (6) Lead; (13) Legenda; (14) crédito; e (21) imagem;
- No Twitter, os jornais trazem associações mediante uso de (3) Manchete; (4) Linha de apoio como link; e (21) imagem.

Observa-se que, mesmo diante da limitação de espaço existente em cada forma de veiculação, é possível manter uma relação visual ao jornal impresso. Nas análises supracitadas, o uso de fotografias se mostra relevante para todos os meios, geralmente munidas de legenda e créditos. Além disso, o uso da manchete aparece de modo recorrente, expondo a relevância dos temas abordados pela notícia, fator vinculado à forma de apresentação das principais informações dos jornais impressos. As manchetes contam ainda com linhas de apoio, que em

---

ambientes virtuais podem trazer informações puramente textuais, ou como indicação do link que direciona à notícia completa. Além desses recursos, é possível encontrar ainda, nestes ambientes, o emprego do fólio ou da linha, tendo funções similares às encontradas nos jornais impressos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio desta pesquisa foi possível perceber que não existem recursos no digital tão diferentes dos praticados nos jornais impressos, sendo a linguagem visual destes, claramente adotados como referencial visual para os novos formatos de exposição da notícia jornalística nos ambientes virtuais. Esta constatação pode indicar uma transição amenizada do jornal impresso para os suportes digitais, visto que Cardoso (2013) expressa as memórias antecedentes como um fator relevante para os julgamentos presentes. Assim, a manutenção de tais aspectos visuais estéticos podem ter contribuído para que estes meios mantivessem confiança por parte do público, sustentando o legado pré-existente.

Faz-se necessário um estudo ainda mais aprimorado para apontar possibilidades de uso da memória visual nos ambientes virtuais de notícia, e assim facilitar o trabalho de jornalistas, *designers* de notícias e profissionais relacionados, na busca pela credibilidade.

## REFERÊNCIAS

- CALDWELL, C; ZAPPATERRA, Y. **Design editorial: jornais e revistas**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.
- CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: COSAC NAIFY, 2013.
- DAMASCENO, Patrícia Lopes. Design de jornais: projeto gráfico, diagramação e seus elementos. **Biblioteca on-line de ciências da comunicação**, p. 1-40, 2013,. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/damasceno-patricia-2013-design-jornais.pdf>. Acesso em: 26 out. 2019.
- FARINA, M. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blucher. 2011.
- LÖBACH, B. **Design Industrial: bases para a configuração de produtos industriais**. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

---

PAULA, U. R. **Elementos básicos para a produção editorial de um jornal impresso**. 2014.  
Disponível em: <https://slideplayer.com.br/slide/1773362/>. Acesso em: 26 out. 2019.

PEREIRA, W.; MESQUITA, T. As teorias do jornalismo e a leitura do espaço público. **Cultura Midiática**, João Pessoa, n.2, v. 4, p. 01-15, jul./dez., 2011.

MORAES, Ary. **A acessibilidade do cotidiano**: história, conceitos e processos do design na produção de discursos jornalísticos. São Paulo: Blücher, 2015.

NASAR, J. L. The evaluative image of places. In: WALSH, W. B.; CRAIK, K. H.; PRICE, R. H (Eds.). **Person-environment psychology**: new directions and perspectives. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2000, p. 117-168.