

**UNIVERSIDADE SAGRADO CORAÇÃO**

**JOSÉ ROBERTO DELLA COLETTA FILHO**

**REESTRUTURAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO DO  
JORNAL “CANDEIA” DE BARIRI**

BAURU

2011

**JOSÉ ROBERTO DELLA COLETTA FILHO**

**REESTRUTURAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO DO  
JORNAL “CANDEIA” DE BARIRI**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação do Profº Renato Valderramas.

**BAURU**

**2011**

C698r

Colleta Filho, José Roberto Della

Reestruturação do Projeto Gráfico Visual do Jornal "Candeia" de Bariri / Jose Roberto Della Colleta Filho -- 2011.

35f. : il.

Orientador: Prof. Dr. Prof. Dr. Renato Valderramas.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) – Universidade Sagrado Coração – Bauru – SP.

1. Diagramação. 2. Jornal. 3. Candeia. 4. Projeto. 5. Gráfico. I. Valderramas, Renato. II. Título.

## **JOSÉ ROBERTO DELLA COLETTA FILHO**

### **REESTRUTURAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO DO JORNAL “CANDEIA” DE BARIRI**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo sob orientação do Profº Renato Valderramas.

Banca Examinadora:

---

Profº Renato Valderramas  
Universidade do Sagrado Coração

---

Profª Joyce Guadagnucci  
Universidade do Sagrado Coração

---

Profª Ms.Daniela Pereira Bochembuzo  
Universidade do Sagrado Coração

Bauru, 25 de dezembro de 2011.

Dedico este trabalho aos meus pais, irmãos, familiares e amigos, que de muitas formas me incentivaram e ajudaram para que fosse possível a concretização deste projeto.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus e a todas as pessoas do meu convívio que possibilitaram a realização desse trabalho.

Ao professor Renato Valderramas, pela orientação, e a todo corpo docente do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração, por toda dedicação que tiveram ao me passar conhecimentos.

À equipe do Jornal Candeia, que me ajudou plenamente no intuito de concretizar este trabalho, colaborando com todas as informações necessárias.

"Não deixe o barulho da opinião dos outros abafarem sua voz interior. E, mais importante, tenha a coragem de seguir seu coração e sua intuição. Eles de alguma forma já sabem o que você realmente quer se tornar. Tudo o mais é secundário."

(Steve Jobs)

## RESUMO

O presente trabalho tem como finalidade mostrar as mudanças que no decorrer dos anos os grandes jornais impressos tiveram, contudo o foco é o “Jornal Candeia” da cidade de Bariri, que será trabalhado com detalhes para a melhoria da qualidade para o leitor. O trabalho ampara-se na constatação que a forma de fazer Jornalismo está sendo reinventada constantemente. No Brasil, isso encontra eco nos anos 50 foram que marcados por mudanças significativas na imprensa brasileira, com a introdução de novas técnicas de apresentação gráfica, inovações na cobertura jornalística e renovação da linguagem. Parte desta história é compreendida por este trabalho, que foi dividido em capítulos, que trazem imagens comparativas de jornais como O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo, bem como a história e o layout do Jornal Candeia, objeto de estudo deste trabalho.

**Palavras - chave:** Candeia. Jornalismo. Layout. Formatos.

## ABSTRACT

The present work has as purpose to show the changes that had in elapsing of the years the great newspapers printed papers, however the focus is the " Jornal Candeia " of the city of Bariri, that will be worked with details for the improvement of the quality for the reader. The form of doing Journalism is constantly being reinvented. The fifties were marked by significant changes in the Brazilian press, with the introduction of new techniques of graphic presentation, innovations in the journalistic covering and renewal of the language. The work was divided in chapters, in which, they consist comparative images of newspapers as, O Estado de S. Paulo and A Folha de S. Paulo, as well as the history and Jornal Lamp's layout

**Keywords:** Candeia. Journalism. Layout. Formts.

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 :Edição de Julho de 1808.....	21
Figura 2: Primeira edição do Jornal Candeia .....	25
Figura 3:Edição de Junho de 1808.....	26
Figura 4:1ª edição do Jornal Folha de S. Paulo. ....	28
Figura 5:Capa do Jornal Folha de S. Paulo atual.....	28
Figura 6: 2ª Edição do Jornal O Estado de S. Paulo.....	29
Figura 7:Capa do Jornal O Estado de S. Paulo atual.....	29
Figura 8:Tipografia em 1568 .....	31
Figura 9: Comparativo de tipografias .....	33
Figura 10: Novo layout do Jornal Candeia .....	34

## SÚMARIO

1 INTRODUÇÃO .....	16
2 OBJETIVO GERAL.....	19
2.1 Objetivo Específico.....	19
3 JUSTIFICATIVA .....	20
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....	21
4.1 Breve História do Jornal Impresso.....	21
5 O JORNAL CANDEIA.....	24
6 PROBLEMÁTICA DO PROJETO .....	26
7 TIPOGRAFIA.....	31
7.1 Grid.....	33
7.2 Imagem .....	38
7.3 Formato .....	40
7.4 Cores.....	41
8 CONCLUSÃO.....	43
REFERÊNCIAS.....	45
ANEXOS .....	46

## 1 INTRODUÇÃO

Com o início da redemocratização do Brasil, a partir de 1985, e com a promulgação da Constituição de 1988, o princípio da liberdade de imprensa foi consolidado ao país.

Sanado a isso, o século XXI inicia-se para o jornalismo impresso diário sob o signo das mudanças decorrentes das transformações tecnológicas ocorridas nos últimos anos. A crescente participação da Internet como fonte de informação e a conseqüente diminuição da presença dos jornais impressos junto ao público leitor os tem levado a repensarem a forma como são feitos e a forma como se relacionam com seu público, o que redundará também numa busca por uma nova enunciação para o discurso jornalístico.

A configuração atual do jornalismo impresso é a expressão da consolidação de diversas transformações que ocorreram no jornalismo ao longo dos anos. O discurso jornalístico do século XIX é bem diferente do discurso do século XXI. Se no início a imprensa caracterizava-se pelo seu viés de porta-voz dos grupos políticos ou ideológicos, como espaço de opinião, hoje, não há uma assunção tão às claras das filiações ideológicas por parte dos jornais, que procuram se apresentar como plurais e objetivos.

Comece pela única coisa que podemos controlar: nós mesmos, como “editores” ou “designers”. Cresça. Pare de ser o guardião do seu pequeno império pessoal da “Palavra” ou da “imagem”. Pare de defendê-los contra intrusos imaginários. Compreenda como são interdependentes e como é possível um existir sem o outro (WHITE, 2006).

O surgimento de novas mídias, como a TV por assinatura e a Internet causaram mudanças no jornalismo tradicional. Os jornais brasileiros, por exemplo, precisaram se adaptar a elas e, ao mesmo tempo, fazer com que os seus leitores continuassem a prestigiar as edições impressas. Assim, ao mesmo tempo em que investiam nas edições on-line de seus jornais, as empresas jornalísticas continuavam inovando com relação ao conteúdo de suas versões impressas. Ao

investir na inovação técnica e editorial, os jornais têm conseguido superar os desafios surgidos a partir do nascimento e crescimento de novas mídias.

Atualmente, em pleno século XXI, o temor de que os jornais impressos venham a desaparecer não está se concretizando. É verdade que alguns jornais brasileiros deixaram de existir em versões impressas, mas não só por causa do surgimento de novas mídias como a Internet, e sim por inúmeros outros problemas, como financeiros, acúmulo de dívidas contraídas ou ainda em função de perseguições sofridas durante a ditadura militar (1968-1985). Assim sendo, hoje, é possível dizer que tanto os jornais impressos quanto os jornais on-line se complementam.

O fazer jornalístico atualmente é fortemente ligado ao design, e o jornalista contemporâneo escreve seu texto cercado por restrições formais. Se antes ele deveria se atentar para as regras do manual de estilo, conhecer quais termos poderiam ser usados ou não, agora ele deve saber também quais os recursos gráfico-visuais dispõe no projeto gráfico do jornal em que trabalha para construir seu texto, que será composto por elementos verbais e não-verbais.

Dentre as características do design dos jornais atuais têm-se:

- valorização do conteúdo pela organização da página, com adoção de níveis para criar diferentes velocidades de leitura (hierarquização);
- modulação e modelização como forma de padronização da diagramação;
- divisão dos conteúdos em peças para os diferentes gêneros jornalísticos;
- rigor no uso da tipografia;
- parcimônia no uso de cores e respeito aos preceitos da cor-informação;
- ênfase na edição de fotografias;
- uso consistente da infográfica.

No jornalismo impresso contemporâneo, os assuntos com maior valor-notícia devem ser destacados. Esse destaque é feito pela área que a matéria ocupa, pelo lugar na página, pelo tratamento tipográfico e fotográfico. Assim, as manchetes são preferencialmente colocadas no alto da página, com corpo de letra maior, ou fontes mais pesadas, e devem ocupar boa parte da página. O tratamento é diferenciado para que fiquem claros ao leitor os valores-notícia que o

jornal dá para cada assunto. Isso serve também para identificar o posicionamento discursivo do periódico

## **2 OBJETIVO GERAL**

Este trabalho tem como objetivo modernizar visualmente o jornal impresso Candeia, da cidade de Bariri, tornando-o assim mais atrativo aos seus leitores e mais atual do ponto de vista estético.

### **2.1 Objetivo Especifico**

- Modernizar o layout do Jornal Candeia;
- Reestruturar o layout da capa;
- Metodizar a estruturação do layout.

### **3 JUSTIFICATIVA**

A elaboração do presente trabalho foi escolhida por conta da defasagem do layout atual do jornal Candeia da cidade de Bariri, podendo, assim, a partir do estudo teórico contribuir, para torná-lo mais atraente e funcional.

Este trabalho se propõe a fazer um levantamento da história do Jornal “Candeia” de Bariri, veículo de comunicação que circula semanalmente em Bariri-SP, bem como a história veículo Jornal no seu contexto geral e todos os processos e procedimentos para que a finalidade seja alcançada; a melhora “visual” do Jornal “Candeia” de Bariri.

## 4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 4.1 Breve História do Jornal Impresso

A primeira forma de transmitir notícia foi boca a boca, que se limitava aquilo que um informante via e assim restringia apenas aos acontecimentos próximos.

Em Roma, surgiram às notícias por escrito, o Acta Diurna Populi Romani (“Relatos diários ao povo de Roma”), que era uma placa de avisos colocada em lugares públicos a mando de Júlio César, que relatava o dia anterior e falava sobre o governo, tais como feitos militares.

Na Idade Média, quem transmitia as notícias eram os viajantes da Europa Central, que reportavam e comentavam os acontecimentos das feiras, mercados e cortes. Já durante a Idade Média até a Idade Moderna, eram normalmente transmitidas por cartas.

Em 1456, quando Gutenberg inventou a prensa móvel, a informação começou a se disseminar de uma maneira mais intensiva, como exemplo o caso da Bíblia, o livro impresso. A difusão dos jornais modernos só ocorreu após a Revolução Francesa, no século XVIII.

Carolina Galassi (2006) afirma que, segundo dados oficiais, o primeiro jornal teria sido o francês La Gazette, em 1631. Entretanto, Hastings (2003) diz que o primeiro periódico foi o Mercurius Gallobelgicus, de Colônia, cujas edições em latim eram distribuídas em feiras de livros no ano de 1592.

No Brasil, o pioneiro foi a Gazeta do Rio de Janeiro, em 1808, mais especificadamente em 10 de setembro de 1808.

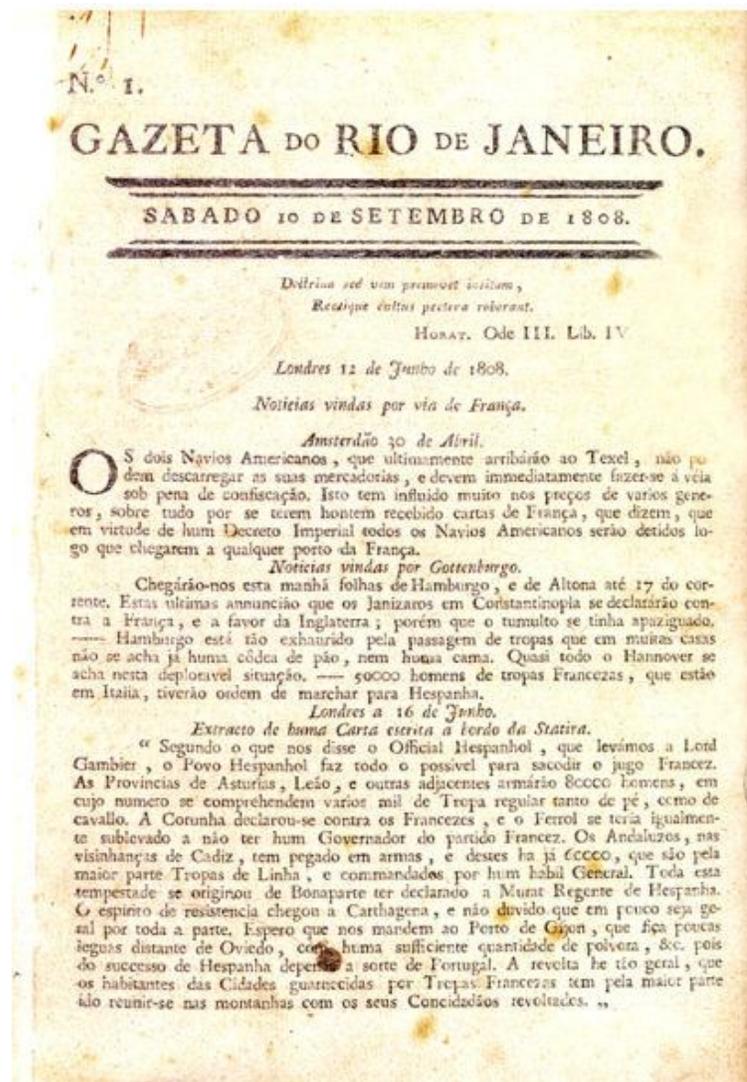


Figura 1 :Edição de Julho de 1808.

Fonte: site do próprio Jornal

A Gazeta era editada sob censura prévia, que. foi extinta somente em 1821. A imprensa do século XIX não tinha o caráter noticiário dos dias atuais, e sim, doutrinários. As notícias veiculadas eram de interesses direto da corte, sempre tentando moldar a opinião pública a favor da realeza.

O jornalismo nasceu, como se sabe, dentro do processo de formação do mundo moderno. Nessa época, os serviços de correio privado e os relatos extraordinários veiculados em folhas e volantes surgidos nos séculos anteriores começaram a ceder lugar a publicações periódicas regulares, lançadas por casas editoras especialistas. (RUDIGER, p 10, 1993)

A oficina de um grande jornal moderno, no nosso país, é inteiramente diferente do que era há meio século. A própria redação é diferente.

A diferença essencial no exercício da dominação: antes, o nosso capitalismo dependente era compelido, por razões externas e por razões internas, a efetivar de quando em vez intervenções armadas para impedir mudanças que ameçassem os interesses dominantes. (SODRÉ, p xii, 1999)

## 5 O JORNAL CANDEIA

O Jornal “Candeia” é um jornal semanário que circula aos sábados, há 38 anos faz parte da história de Bariri e região. Foi fundado em 1972. Sua impressão na época era tipográfica.

Com o tempo, o Jornal Candeia foi modernizando sua impressão conforme surgiam novas tecnologias. Hoje o jornal é impresso em uma impressora OffSet folha plana de quatro cores.

O conteúdo é composto por várias editorias, entre elas: Cidades, Política, Economia, Saúde, Região e Social. Conta, também, com colunas especializadas em Gastronomia, Moda, Adolescente e Língua Portuguesa. O objetivo do Jornal Candeia é garantir a seus leitores informação calcado na credibilidade e qualidade.

A mídia é um grande espaço de circulação de informação e é o que confere maior visibilidade aos temas da comunidade. Como espaço público que mostra diversos aspectos da sociedade, a mídia proporciona um entendimento geral do que ocorre nas inúmeras esferas sociais. É também na mídia que se encontram fragmentos de discussões sobre os direitos do cidadão.

Jornalismo público, de acordo com Traquina (2001), é aquele que está a serviço do público, livre de todo e qualquer interesse particular, seja de mercado, de governo ou do próprio jornalista. Os adeptos do jornalismo público pretendem que os jornais retomem o contato com a comunidade, descobrindo assim o que os leitores querem e abrindo espaço para a discussão dos temas de interesse público. O movimento reafirma as responsabilidades sociais do jornalismo numa era mercantilista.

# CANDEIA

A palavra a serviço da verdade e do bem.

Diário Responsável: PADRE LUIZ RECHINATO

ANO I
BARRI, 18 de Novembro de 1972
N.º 1

---

## Accacio eleito Prefeito de Bariri

### Em Itaju Camargo venceu

Terminaram ontem as eleições municipais em todos os municípios do interior. Em Bariri teve um resultado para prefeito, mas, mesmo assim o povo se preparava com certa expectativa o resultado das urnas.

Terme em nível os dados vitais, demonstrando grande participação de votos em todos os candidatos. Assim, Accacio Maicon foi eleito, com seu filho, Márcio, para a Prefeitura, enquanto para a Câmara Municipal, mais votado foi Joaquim Moço Neto, o popular Quinzola. Eis os resultados:

Prefeito e Vice-Prefeito	
ACCACIO MAICON e MÁRCIO ALEM	3.571 votos
Brancos	817
Nulos	1.555

VEREADORES	
VEREADORES	
Antonio Geraldo Fanton	444
Siene Fanch Junior	441
Mário Medeiros de Abreu	438
Leandro Quira	390
José Macotti Neto	315
José Carlos Barbosa	290
Constandino Penardi	240
José Domingos Ferreira	222
Francisco de Assis Mariani	222
Antonio Romero Gimenes	171
SUPLENTE	
Francisco Fariato	97
José Carlos Ramos Lobato	97

Compararam e votaram 6.053 eleitores, com abstenção de 19,9%.

### Bariri sem Carne: Acougues em Greve

**JOSÉ DOMINGUES FERREIRA.**

— Como vai de carne? — Carne não tem o achô que nem vai ter, se for pra seguir essa tabela. E mostrando a tabela explicou: — Olha aí. Para vender a C5 4,30, e sabe quanto custa pra nós - Cr\$ 7,50? Calhava mole no custo também Cr\$ 7,50, e a tabela dá venda é Cr\$ 5,30. E continuei explicando: — O boi vivo, no pasto, custa pra nós Cr\$ 70,00 por arroba, mais Cr\$ 130,00 de imposto por boi, mais aluguel do prédio, papel, mão de obra, etc.

**OSCAR FREARO.**

— Estamos sem carne, e não sabemos até quando. Os frigoríficos pedem carne a qualquer preço. Não se importam com a tabela. Vamos aguardar e ver o que vai acontecer.

**SUPER MERCADO AGRAVÁVEL.**

— Carne? Não há condição de negociar. A SUNAB tabela o gado num preço que não é possível comprar e vender.

**SUPER MERCADO "BARRI SERVE LTDA."**

— Como vocês estão de carne? — Carne não tem. Não há lei no preço de comércio. Outros acougues que procuramos estavam fechados, ganhos baixos, sem esperança de carne. Bem é a realidade, nos acougues de Bariri. Certamente alguma solução razoável será encontrada. Vamos aguardar.

### PAPAI NOEL

No Natal deste ano o presente que você comprar na **LOJA MARTINS** quem vai entregar é o Papai Noel em pessoa. Visite a grande seção de presentes da **LOJA MARTINS.**

## Super Mercado Agradável Ltda.

Onde é agradável você comprar.

Classificado em 1.º lugar na preferência popular.

### PRATO DO DIA "CANDEIA" É O ASSUNTO

Um jornal para Bariri. Seu nome é "Candeia". Por quê? Porque seu objetivo é iluminar. Sem a pretensão de ser um grande jornal. É apenas uma novidade. Uma vida. Uma intenção que se traz ao público. Mas, não é uma novidade se trata de uma grande ideia. Basta uma ideia que você acredite nela e ela se apoia.

Uma coisa é certa: a "Candeia" será feita a sua medida de leitores. E os seus setores, restando o mais e propagando o bem. Será idealismo platônico? Não. Estamos acostumados a fazer jornal com a comunidade e para a comunidade. E do bem não desistimos. E dizemos mais: abundantemente mais do que com esse ideal é que um jornal se forma e sobrevive.

A "Candeia" não nasceu para fins comerciais ou políticos. Não é instrumento de interesse partidário ou de grupo. Não é um jornal de ocasião, no sentido de aproveitamento de certas oportunidades. Nasceu para servir a comunidade, e não para servir de comunidade. Por isso interessa a todos os que se interessam pela comunidade.

Nosso lema: "A palavra a serviço da verdade e do bem". E seguimos esse princípio fundamental da ética: "Tudo o que se diz deve ser verdade, mas nem tudo o que é verdade deve ser dito". Por exemplo: É verdade que o seu vizinho bateu no mulato, mas não é conveniente que isto seja divulgado.

Dixar Bariri sem jornal, seria grave prejuízo. Mas, um jornal que não representasse o bem da comunidade, seria um desperdício e até uma fraude. Por isso convidamos você para se interessar pela "Candeia", porque se interessar por Bariri, não faz mais sentido. Ajude. Este jornal é para: Leitor, Assinante, Divulgador. Através dele, é Bariri que será mais conhecida e mais valorizada.

### MINI - NOTÍCIAS

Realizarão-se pacificamente, eleições em quatro municípios do país. E a primeira vez que se realizaram eleições municipais gerais.

Alguns vereadores para a Câmara Municipal Federal. 89 municípios declarados de interesse da segurança nacional. 21 capitais estaduais e 31 estâncias hidrotermais.

Saiu a nova tabela do Imposto de Renda para o ano de 1973, de acordo com decreto presidencial que eleva em 25% o limite de isenção para o primeiro salário. Houve, diminuição da carga tributária real incidente sobre os contribuintes de menores níveis de renda, segundo o ministro Delfino Neto.

Ministro Jarbas Passarinho, declara enciso pago não será para 1973.

Secretaria da Educação, E. Ester Figueiredo Ferraz anuncia melhoria salarial para os professores e grandes novidades sobre o planejamento da educação, até o fim deste ano.

Werner Van Braun, considerado o pai dos bombas V-2, teleguiadas, que foram arremadas Londres na II Grande Guerra, e um dos principais cientistas da NASA na grande fase da luta do homem na Lua, está agora trabalhando em uma firma parisiense dos EE.UU. Visitando o Brasil para conhecer nossas instalações e tentando vender seu peixe: salários para telecomunicações.

Proseguem aceleradas as negociações entre EE.UU. e os Vietnã do Sul e do Norte para o estabelecimento da paz. Talvez já na próxima semana entre o enviado do EE.UU. e do Vietnã do Norte, em Paris, apereça uma solução final.

Moisés Deyan, ministro da Defesa de Israel, reiteramos que seu governo está disposto a negociar um tratado de paz "de qualquer tipo" com os árabes.

Figura 2: Primeira edição do Jornal Candeia  
Fonte: Jornal Candeia

## 6 PROBLEMÁTICA DO PROJETO

Todo jornal impresso é recheado de notícias, as quais fazem parte do cotidiano do leitor e são importantes para mantê-lo atualizado. A realidade vem fazendo com que o jornal impresso se redefina e se reelabore continuamente, propondo assim novas e variadas formas e textos.

Desde que os jornais impressos converteram-se em um agente importante de mediação das sociedades, no século XIX, tiveram de se impor visualmente. Originariamente, o veículo espelhou-se na estética do livro, desprovido de projeto gráfico com personalidade própria. Informativos como “Correio Brasiliense” e “Gazeta do Rio de Janeiro” eram desenhados em colunas únicas, abusavam das capitulares e não utilizavam títulos, características que os associavam ao design dos livros.

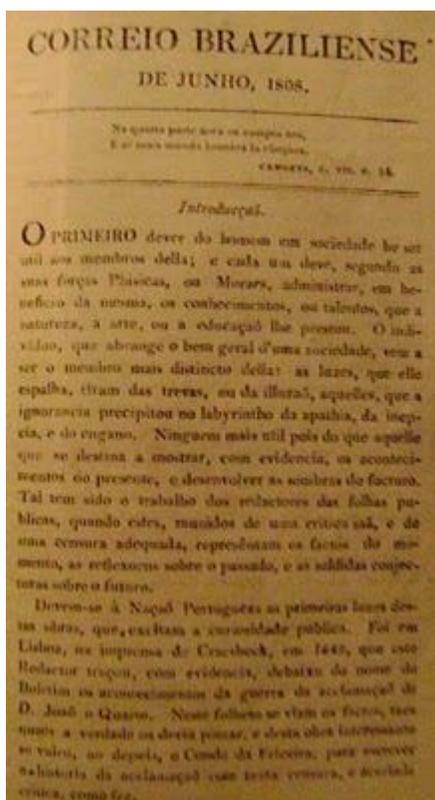


Figura 3: Edição de Junho de 1808

Fonte: site do Jornal

Com textos cada vez mais curtos, ajustados às necessidades do homem moderno, essa disposição visual teve de ceder espaço para recursos gráficos que passam a dar nova configuração às páginas dos impressos. O dinamismo foi assegurado pela introdução de colunas de textos, imagens e anúncios publicitários: a linearidade rígida foi quebrada pela disposição das notícias em blocos, as páginas com mais de uma coluna passam a reordenar o espaço, os títulos ganham expressivo destaque. Mesmo com todas essas alterações, permanecia ainda a dissociação entre texto e imagem, junção que só seria feita posteriormente. O amadorismo cede espaço para a contratação de profissionais especializados no desenho das páginas. O design no jornalismo é uma figura que emerge no século XX. Essa mudança de mentalidade foi reforçada com a concepção de que o jornal impresso:

(...) compõe-se da interação e simultaneidade da linguagem verbal escrita, da linguagem fotográfica e da linguagem gráfica, evidente esta na variação do tamanho e posição dos tipos gráficos no espaço da página como aspecto substantivo da mensagem. Curioso observar como a sofisticação crescente do uso da linguagem dos tipos no jornal consegue, sob esse ângulo, transformar o caráter verbal da palavra escrita, que passa a adquirir características de linguagem plástica, nas verdadeiras arquiteturas gráfico imagético que a mensagem jornalística vai criando. (SANTAELLA, 1996, p. 46).

Uma vez que, como se pode observar, foi em nome de novas performances comunicativas aliadas a novos cenários políticos, econômicos e sociais que os jornais se reajustaram, em tempos de narrativas móveis e fluidas, tais ajustes se fazem sentir no quesito legibilidade, com a tipografia posta na linha de frente. Os dois principais jornais do Brasil, “Folha de São Paulo” (FSP) e “O Estado de São Paulo” (OESP), estão declaradamente empenhados em fazer dos seus textos diários uma referência em leitura, à procura, cada vez mais, de manutenção e expansão do vínculo com o leitor.



Figura 4: 1ª edição do Jornal Folha de S. Paulo.



Figura 5: Capa do Jornal Folha de S. Paulo atual



Figura 6: 2ª Edição do Jornal O Estado de S. Paulo



Figura 7: Capa do Jornal O Estado de S. Paulo atual.

Pode-se dizer que as sucessivas mudanças pelas quais passam os impressos, com claras inclinações para a fisionomia da Internet, não designam uma situação definitiva e imutável, mas sim uma tendência em favor da qual podem traduzir fatos.

É pensando em todo esse contexto de mudanças que a proposta deste trabalho vinculado ao Jornal “Candeia” de Bariri trata da reestruturação do design do jornal, abordando e propondo uma discussão fundamental de termos essenciais, apresentados nos tópicos a seguir.

## 7 TIPOGRAFIA

O termo “tipo” é o desenho de uma determinada família de letras, como, por exemplo, verdana, arial, etc. No uso da tipografia, o aspecto visual é organizado através da escolha de fontes tipográficas, composição ou layout.

Por algumas centenas de anos após a invenção da prensa, o tipógrafo foi o homem responsável por todo o processo de produção dos livros. E este trabalho abrangia praticamente todos os passos, desde o desenho e a gravação do tipo em chumbo até a composição e impressão da página, passando, muitas vezes, pela fabricação do papel e da tinta. Muitos ainda faziam o papel de editor e vendedor de seus produtos, mantendo relação muito próxima tanto do autor quanto do cliente final.



Figura 8:Tipografia em 1568

Segundo McLuhan (1977, p. 176), o livro impresso foi o “primeiro bem de comércio uniformemente reproduzível”.

A tipografia não é apenas tecnologia, mas, ela própria recurso natural ou produto básico, como o algodão ou a madeira ou o rádio; e, como qualquer bem de produção, modela as relações intersensoriais do indivíduo, bem como os padrões de interdependência comunal, ou coletiva (MCLUHAN, 1977, p. 227).

A comunicação e a transmissão de informações são as primeiras atribuições do design gráfico e foi por meio da impressão tipográfica que a comunicação passou a abranger uma quantidade significativa de receptores de uma única vez.

O sistema alfabético difundiu-se amplamente através do mundo. Entretanto, toda vez que a escrita era adaptada às particularidades de uma língua ou de uma cultura, refletia a imagem da cultura e da psicologia deste povo (MANDEL, 2006, p. 46).

Na Alta Idade Média e na Baixa Renascença, um escriba europeu bem treinado podia conhecer oito ou dez estilos de escrita diferentes. Cada estilo era definido precisamente como um tipo, guardado na memória como uma fonte, e cada um tinham seu uso. Escrituras sagradas, documentos legais, romances, cartas pessoais e de negócios requeriam diferentes escritas, e formas particulares evocavam linguagens e regiões específicas (BRINGHURST, 2005, p. 135).

A tipografia é usada em vários segmentos gráficos e cada um deles possui algumas particularidades para que a intenção do texto seja melhor interpretada pelo leitor.

O Jornal Candeia de Bariri segue uma linha editorial mais tradicional, assim a escolha das fontes opta segue por um caminho de conforto e legibilidade . Ainda assim, algumas questões podem ser melhoradas;

Atualmente o Jornal usa uma fonte sem serifa para o título e com serifas para o corpo de texto. No novo projeto gráfico o jornal passará a usar uma tipografia com serifas egípciana gregas no texto e serifas comuns no texto corrido.



Figura 9: Comparativo de tipografias

Essas escolhas foram feitas respeitando a linha editorial do jornal, buscando a leitura dos caracteres e com intenção de criar visual mais atualizada.

## 7.1 Grid

O grid tipográfico é um princípio organizador ,cuja influência está arraigada na prática diária do design gráfico. Ainda assim, o conceito de grid é combatido no ensino do design; é amado e odiado pelos pressupostos absolutos intrínsecos à sua concepção.

É um princípio com raízes nas sociedades mais antigas do planeta. O pensamento estrutural, mesmo antes de sua última codificação no modernismo europeu e americano, é um traço característico das culturas que lutam pela civilização. Os chineses, os japoneses, os gregos e romanos, os incas, todos esses povos seguiram ideias estruturais ao construir cidades, fazer guerras e organizar imagens.

Entre discussões sobre raças e gêneros, meio ambiente, liberdades políticas e direitos civis, talvez uma simples conversa sobre lugar das coisas, o simples “pôr ordem na casa” do design baseado no grid, posso de novo valer a pena. (Samara, p10)

O grid corporativo começou a dominar o design europeu e americano dos anos 1960 em diante. Era uma maneira muito eficiente de unificar os programas de comunicação visual de grandes entidades, eventos ou empresas . E nessa época para que o grid passa a ser visto como uma das várias ferramentas à disposição dos designers. Nos anos 1980 e 1990, o grupo de design inglês 8vo ajudou a retomar a reflexão estrutural com sua revista Octavo, que tematizou questões tipográficas durante oito edições.



Figura 10: Novo layout do Jornal Candeia

No século XXI, o uso de grids desenvolvidos na Europa nos últimos 150 anos continua presente no design gráfico. A Internet mostrou ser uma mídia que pode se beneficiar de concepções baseadas em grids como uma boa maneira de simplificar a atividade vertiginosa de navegar por informações interativas.

No Jornal Candeia, assim como em outras publicações feitas por amadores, o Grid é utilizado de forma muito simplória. Esse fator facilitava o processo de encaixe das matérias, mas tornava assimétrica e desproporcional o encaixe entre

manchete, textos e imagens. Uma das grandes mudanças que este trabalho se propõe é a implementação dessa ferramenta na paginação do jornal.

A divisão das linhas foi feita proporcionalmente dentro da página, de maneira a respeitar e dar o espaçamento entre as linhas e os títulos.

Um ponto interessante nessa nova distribuição visual do jornal é em questão de aproveitamento de espaço. As manchetes passarão a ser justificadas à direita, assim como o logotipo da empresa.

O uso do grid dará ao Jornal Candeia uma melhor organização visual, pois a publicação passará a ter proporcionalidade e ordenação entre os títulos e textos, o que é fundamental para uma boa diagramação.

## 7.2 Imagem

Presente na origem da escrita, das religiões, da arte, a imagem é um reflexão quase sempre filosófica desde a Antiguidade.

“A opinião mais comum sobre as características de nossa época, já repetida há mais de trinta anos, é que vivemos em uma” civilização da imagem “( JOLY, p 9, 2007).

Imagem é a primeira coisa que vemos numa página. São rápidas, emocionais, instintivas e despertam curiosidade. Elas introduzem o observador na informação. Devem ser usadas com um propósito estratégico, não apenas para dividir o texto ou deixar a página mais atrativa. Não são elementos subordinados, portanto não devem ser tratadas como tal.

“Imagens são diferentes de palavras, assim como os cheiros diferentes de sons. As palavras apelam mais ao intelecto, as imagens às emoções”.  
(LINDA ELLERBEE)

Segundo WHITE, existem três tipos de fotos e ilustrações:

- 1) Imagens de clima emocional: são as fotos ou ilustrações conceituais estimulantes. Seu objetivo é causar impacto, intrigar, seduzir e desse modo capturar os leitores, por isso qualquer coisa vale. Talvez um termo melhor para defini-las fosse “chamariz”.
- 2) As imagens informativas: são as documentais, factuais, realistas. Devem ser tratadas de modo simples, direto, para manter a credibilidade.
- 3) As circunstanciais: são as imagens medíocres com as quais deparamos sempre. Podem ser melhores disponíveis, mas não merecem destaque especial. Deixe-as pequenas.

Os softwares cada vez mais potentes, complexos e sofisticados, são capazes de criar universos virtuais, sendo assim, modificar qualquer imagem que seja “real”.

O Jornal Candeia possui uma linha editorial na qual é recomendado o uso de pelo menos uma imagem por matéria.

Além disso, será dada mais atenção ao conteúdo da foto, independentemente do tamanho que a imagem precise ocupar na página. Esse sistema privilegia muito mais a informação contida na foto, dando ênfase no assunto e não somente no enquadramento físico dela no texto.

No projeto antigo, as fotos não obedeciam nenhuma regra de encaixe, o que muitas vezes criava algum desconforto no visual da página. No novo projeto, as fotos obedecerão ao alinhamento, bem como os outros elementos, como manchete, corpo de texto e gráficos.

### **7.3 Formato**

O jornal pode ter vários formatos; entre eles Standard, Tablóide e o Germânico e Berliner.

Standard é a medida largamente utilizada pelos jornais de maior circulação nacional. A mancha gráfica da página mede 52,5x29,7cm. A área total de papel depois de impresso é de 56 por 32 centímetros. No formato Standard o espaço disponível é amplo e requer bastante texto para a composição das páginas. No entanto, este tipo de formato só pode ser impresso em editoras de grande porte, e seu manuseio fica mais difícil em lugares com pouco espaço físico, como, por exemplo, ônibus, carro, etc.

O formato Tablóide, leva como característica ser a metade do Standard. A mancha gráfica é de 26,5 cm horizontal por 29,7 cm verticais, podendo variar em: 28x38cm, 29x40cm. O total impresso de duas páginas é de 56x32cm. Pode ser impresso em gráficas de pequeno e médio porte, o manuseio é mais fácil. Tem como aspecto negativo textos longos, tabelas explicativas ou ilustrações gráficas, que não combina com o formato.

Já o Germânico é um pouco mais largo que a Tablóide, uma opção interessante por ser um formato de baixo custo e grande aproveitamento. A mancha gráfica é de 43 por 29,7 cm, a área total de cada página é de 46 por 32 cm de largura.

Berlinense, também conhecido como Berliner ou midi, é um formato de jornal com páginas que normalmente medem 470 x 315 milímetros, ou seja, ligeiramente maior do que o formato tabloide. Esse formato é usado em vários diários europeus e em alguns jornais brasileiros.

A concorrência indireta do Jornal Candeia se utiliza dos seguintes formatos:



Berliner



Germânico



Standard



Tablóide

O Jornal Candeia tem área de impressão de 42 x 29,5 cm. É um formato que não obedece nenhum padrão estabelecido, embora ele seja pouco mais comprido que um tablóide, que mede 38 x 30 cm.

A razão pela qual o jornal é impresso nesse tamanho é técnica, pois a impressora que roda o jornal possui entrada de folha plana formato 64 x 46 cm. Por essa razão não foi possível neste projeto mudar o formato do jornal.

## 7.4 Cores

Na impressão do jornal Candeia é usado como padrão das cores o modo CMYK (Ciano, Magenta, Yellow e Black), que quando combinadas formam uma extensa gama de cores.

No âmbito da impressão, a cor não é preponderantemente um recurso estético racional a ser aplicada com objetivos, e sim técnica racional a ser aplicada com objetivos funcionais: identificação, ênfase, associação, organização, persuasão e também, para criar harmonia intencionalmente, mas em geral como uma consequência derivada.

A cor enquanto cor é apenas uma matéria-prima neutra, assim como o espaço, a tipografia e as fotos. Usá-la com habilidade pede mais do que simplesmente “colocar um título em azul” ou fazer com que a página tenha certa “decoreção”. Sem dúvida, a cor pode muito bem melhorar as imagens e ser agradável à vista, mas isso está longe de ser suficiente. Ele também deve ser reveladora para a mente. Deve ter um sentido mais amplo associado ao significado e que se afine com ele. Essa utilidade prática é muito mais valiosa para o leitor do que a beleza das cores, por mais estimulantes que elas possam ser. (White, p.201, 2006)

As cores podem enganar os olhos, pois a mesma cor parecer diferente dependendo do fundo e do que está à sua volta. Pode parecer mais escura contra um fundo claro, mais clara contra um fundo escuro, mais quente contra um fundo frio, mais fria contra um fundo quente.

Nesse novo projeto, o Jornal Candeia passa a ser totalmente colorido, o que facilita a identificação com os temas específicos. As editorias passarão a ser identificadas através de cores:



**CIDADE:** O vermelho é a cor mais quente, ativa e estimulante. Fortalece o corpo e dá mais energia física, força de vontade, conquista.



**POLÍTICA:** É a cor do espírito e do pensamento. Simboliza a lealdade, a fidelidade, a personalidade e sutileza. O azul favorece a compreensão. É a cor do bem-estar e do raciocínio lógico. O azul escuro é considerado uma cor romântica, no entanto, em demasia, pode expressar certo tom de monotonia. Quando sombrio, o azul transmite a sensação de infinito.



**ESPORTES:** O laranja é a cor do sucesso, da agilidade mental, e da prosperidade. Laranja simboliza encorajamento, estímulo, robustez, atração, gentileza, cordialidade, tolerância e prosperidade. O Laranja é também a cor da comunicação, do calor efetivo ,do equilíbrio.



**ECONOMIA:** O verde é uma cor sempre indiferente e calma, que não se dirige para nenhuma direção, nem encerra qualquer elemento de alegria, tristeza ou paixão. O verde escuro está associado ao masculino, lembra grandeza, como um oceano. É uma cor que simboliza tudo o que é viril. O verde claro significa contentamento e proteção.



**OPINIÃO:** O amarelo é uma cor que desperta leveza, descontração, otimismo. Simboliza criatividade, jovialidade e alegria. O amarelo também transmite calor, ilumina e descontra. Como é a cor base do dourado, simboliza opulência e prosperidade. É também uma cor que carrega grande energia. A parte mais quente do fogo é o segmento amarelado da chama. Transmite otimismo e está associada ao verão e ao calor.

## 8 CONCLUSÃO

O trabalho consistiu em uma análise de adaptação dos modelos tradicionais da narrativa jornalística, como o lead, layout, relacionando-se com a mudança no perfil atual dos consumidores da informação, cada vez mais acostumados com uma leitura visualmente dinâmica e interativa.

Todo o estudo foi realizado sobre o Jornal Candeia da cidade de Bariri, para que o mesmo tivesse uma maior aceitação perante o público mais exigente e atualizado.

As mídias tradicionais, como televisão, rádio e jornal impresso, não cruzaram os braços quando se viram ameaçados pela concorrência de um novo meio como a Internet, que alterou até mesmo o modelo de comunicação de massa vigente. O público de leitores ou espectadores também corresponde a uma parcela significativa de internautas, ao mesmo tempo receptores e produtores de conteúdo, cada dia mais predispostos a procurarem a notícia que lhes interessa e da maneira que lhes é mais adequada.

Com o jornalismo impresso voltado para uma notícia mais fundamentada, como era antes da chegada das novas tecnologias, houve a necessidade da adoção de estratégias discursivas que pudesse servir ao público. Uma destas estratégias utilizadas foi a mudança no visual, com funções mais didáticas no Jornal Candeia.

A leitura se torna simultaneamente uma escritura, já que o autor não controla mais o fluxo da informação. O leitor determina não só a ordem da leitura, mas o conteúdo a ser lido. Embora o leitor usuário do hipertexto (...) não escreva o texto no sentido tradicional do termo, ele determina o formato da versão final de seu texto, que pode ser muito diverso daquele proposto pelo autor (MARCUSCHI, 1999, p. 4).

Acredita-se que um país onde a leitura é deficiente, a atitude do Jornal Candeia ao preocupar-se com a melhoria visual é de suma importância.

O registro das transformações ocorridas no Jornal Candeia, as manifestações cotidianas, as novas correlações de forças são trabalhadas diariamente, dando um ritmo lento e detalhado ao mesmo, sobretudo, se olha para o jornal nos dias atuais, tem-se a nítida impressão que tudo ocorreu rapidamente

A história da imprensa, afinal, é a história da comunidade porque, através das crônicas, das seções, dos noticiosos, dos bate-bocas de órgãos rivais, o que brota de forma cristalina, é a realidade palpitante (...). Por isso, entendemos que a relembração de jornais grandes e pequenos, sérios ou pueris, é algo de útil no resgate da memória de qualquer povo. FERNANDES (2003, p. 461)

É relevante observar a importância dessas informações adquiridas no próprio jornal, já que a partir delas foi possível comentar as características gráficas dos itens citados e confirmar ou refutar as informações disponíveis na bibliografia tradicional do Candeia.

## REFERÊNCIAS

Brown, R.J., **“The First Ten Newspapers in America”**, **Newspaper Collectors Society of America**, History Buff, 1994.

FERNANDES, Josué Corrêa. **Das Colinas do Pitangui**. Ponta Grossa: Editora Gráfica Planeta Ltda, 2003.

RUDIGER, Francisco R. **Contribuição à história da publicidade no Rio Grande do Sul**. 1996

MARCUSCHI, L. A. Linearização, cognição e referência: o desafio do hipertexto. **Línguas e Instrumentos Linguísticos**, Campinas, n. 3, p. 1-12, 1999. Disponível em: <<http://www.pucsp.br/~fontes/atividade/17Marcus.pdf>>. Acesso em: 27 jun. 2009

TIMOTHY, Sâmara. **Guia de design editorial: Manual prático para o design de publicações**, Editora BMA, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo cívico. Reforma ou revolução**. IN: TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2001.

WHITE, V. Jan. **Edição e Design: para designers, diretores de arte e editores: o guia clássico para ganhar leitores**, JSN Editora, 2006.

## ANEXO

## Capa atual

**Educação**

**Bibliotecas de escolas municipais recebem livros**

Pág. 17

**Cidade**

**Nova diretoria da Abia toma posse**

Pág. 17

**Esporte**

**Ganso retorna ao Santos pela 3ª vez no ano**

Pág. 17

# Candeia

Jorn. Resp.: Rosana Ap. A. Dalla Coletta  
Bariri, 19 de fevereiro de 2011  
Ano 38 nº 2038  
R\$ 2,20

A Palavra a Serviço da Verdade e do Bem

## Cidade registra dois roubos à mão armada na última semana

Dois ocorrências de roubo à mão armada foram registradas nesta semana em Bariri. O primeiro caso foi na noite de terça-feira, dia 15 de fevereiro,

às 23 horas, em frente a uma farmácia localizada na Avenida Quinze de Novembro, no centro. No dia seguinte, na quarta-feira, dia 16 de fevereiro,

às 21h20, uma outra farmácia, também localizada na avenida XV de Novembro, no centro, foi vítima de roubo. Até o fechamento da edição os assaltantes

permaneciam foragidos. A Polícia Militar trabalha com a hipótese de que os dois assaltos podem ter sido praticados pelas mesmas. **Pág. 17**



**Reunião** Representantes de escolas públicas e privadas de Bariri participaram de uma reunião com a Polícia Militar para discutir questões que envolvem a segurança dos estudantes, em especial o transporte e ronda escolar **Pág. 20**

**Brasil** Termina hoje em 10 Estados o horário de verão **Pág. 17**

**Entrevista**

**Prefeito justifica irregularidades apontadas por Corregedoria**



O prefeito Rubens Pereira dos Santos esclarece na Entrevista cada um dos quesitos classificados como irregulares pela Controladoria Geral da União. Uma avaliação realizada pelo órgão atribuiu considerações negativas ao município **Pág. 20**

## Africanidade traz várias atrações na sexta-feira



Uma das principais atrações é a Cia de Dança Afro Rhythms, de Araraquara **Pág. 20**

O programa Africanidade será lançado na próxima sexta-feira, dia 25, às 19h no Clube da Melhor Idade. Todos estão convidados a participar e a entrada é franca.

Já confirmaram a presença o autor do Hino à Negritude, professor Eduardo de Oliveira e lideranças da Unenegro (União Nacional de Negros pela Igualdade), entre outros.

O evento é promovido pela Associação Cultural Quilombo de Bariri em parceria com o Município. Nesse ano, segundo a Associação, serão realizados vários eventos para dar ênfase na cultura afro. **Pág. 20**

**Carnaval** Festa terá desfile e evento no Lago **Pág. 17**

## Delegacia Seccional de Jaú quer centralizar cadeias



Medida serviria para agilizar processos e cadastrado de delitos

## Entidades recebem R\$ 3 mi em subvenções em 2011

O prefeito Rubens Pereira dos Santos (PTB) anunciou que em 2011 vai repassar R\$ 3.015.277,44, a entidades locais, através de convênios firmados e autorizados pelo Legislativo local.

O comunicado foi feito na sessão de Câmara, realizada no dia 7. Segundo Rubinho, a notificação cumpre determinação do parágrafo 2º, do artigo 116, da Lei Federal 866/1993. É a primeira vez que

ofício contendo essa informação é enviado ao Legislativo local.

A maioria atua e tem sede em Bariri. A Santa Casa de Misericórdia de Jahu e a Fundação Dr. Amaral Carvalho são as únicas entidades a receber subvenções, que atuam e são localizadas fora de Bariri. Ambas, no entanto, mantêm em seu rol de atendimento, pacientes enviados pela cidade. **Pág. 17**

## Estudantes devem solicitar ajuda de custo no transporte

A partir de 1º de março, alunos de cursos pré-vestibulares, universitários, técnicos e profissionalizantes de Barra Bonita, Bauri, Ibitinga, Jaú e Pederneras. O auxílio é pecuniário para transporte de estudantes da Prefeitura. Tem direito ao benefício

alunos de cursos pré-vestibulares, universitários, técnicos e profissionalizantes de Barra Bonita, Bauri, Ibitinga, Jaú e Pederneras. O auxílio é pecuniário para transporte de estudantes da Prefeitura. Tem direito ao benefício **Pág. 17**

**Agenda**

Semi-Acústica hoje na Choperia

**Acesse**  
 pelo seu computador,  
 celular ou tablet e tenha sempre  
 o melhor conteúdo bem perto de você.

[www.candeiaonline.com.br](http://www.candeiaonline.com.br)

# OPINIÃO

## Alguns números

De acordo com os dados mais recentes, o número de registros de ICMS do Estado para o Município em 2011 foi de R\$ 20,6 bilhões, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010. Este crescimento decorre de um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010. Este crescimento decorre de um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010.

## SAMBURA

**Fus Chama**  
No dia 3 de novembro, o Conselho Municipal de Saúde realizou uma reunião para discutir o plano de trabalho para o ano de 2012. O plano de trabalho para o ano de 2012 foi elaborado pelo Conselho Municipal de Saúde e será apresentado ao Conselho Municipal de Saúde em 15 de novembro. O plano de trabalho para o ano de 2012 foi elaborado pelo Conselho Municipal de Saúde e será apresentado ao Conselho Municipal de Saúde em 15 de novembro.

## CHARGE



## Candela

Em 2011, Bariri registrou um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010. Este crescimento decorre de um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010.

# CIDADE

## Mapa Cultural Paulista revela vencedores em literatura e vídeo

O vencedor do Mapa Cultural Paulista em literatura e vídeo foi o projeto 'Mapa Cultural Paulista' desenvolvido por Roberto Coelho, de Bariri, com o apoio de João Paulo de Souza. O projeto foi desenvolvido por Roberto Coelho, de Bariri, com o apoio de João Paulo de Souza. O projeto foi desenvolvido por Roberto Coelho, de Bariri, com o apoio de João Paulo de Souza.



Os vencedores do Mapa Cultural Paulista em literatura e vídeo.

## Piracema tem início com restrição a pescadores

Piracema - período de desova de peixes, quando é proibido a pesca comercial. O período de desova de peixes, quando é proibido a pesca comercial, começa em 15 de novembro e termina em 15 de dezembro. Durante este período, é proibido a pesca comercial de peixes de água doce.

## Concurso sobre o trânsito premia vencedores

Participaram da premiação do concurso sobre o trânsito os alunos das escolas municipais de Bariri. O concurso foi organizado pela Prefeitura Municipal de Bariri e teve como objetivo conscientizar os alunos sobre a importância do trânsito seguro.



Os vencedores do concurso sobre o trânsito, premiados pela Prefeitura Municipal de Bariri.

# POLÍTICA

## População reclama da falta de limpeza e mau cheiro dos córregos

Em 2011, Bariri registrou um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010. Este crescimento decorre de um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010.



Um córrego poluído em Bariri, com lixo jogado no rio e mau cheiro.

Em 2011, Bariri registrou um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010. Este crescimento decorre de um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010.

Em 2011, Bariri registrou um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010. Este crescimento decorre de um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010.

# ECONOMIA

## Bariri registra 19,5% de aumento no ICMS em 2011

Em 2011, Bariri registrou um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010. Este crescimento decorre de um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010.

Município	2010 (R\$ milhões)	2011 (R\$ milhões)	% de crescimento
Bariri	20.600	24.600	19,5%
Barra do Turvo	15.000	18.000	20,0%
Barra Real	10.000	12.000	20,0%
Barra Bonita	8.000	9.600	20,0%
Barra Mansa	6.000	7.200	20,0%
Barra Grande	4.000	4.800	20,0%
Barra Preta	2.000	2.400	20,0%
Barra do Rio Preto	1.000	1.200	20,0%
Barra do Turvo	0.500	0.600	20,0%
Barra do Rio Preto	0.200	0.240	20,0%

## Brasil avança no índice IDH, mas desigualdade persiste

Em 2011, o Brasil avançou no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), mas a desigualdade social persiste. O IDH do Brasil em 2011 foi de 0,725, o que representa um aumento de 0,015 em relação ao ano anterior. No entanto, a desigualdade social continua sendo um grande problema para o país.

Em 2011, o Brasil avançou no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), mas a desigualdade social persiste. O IDH do Brasil em 2011 foi de 0,725, o que representa um aumento de 0,015 em relação ao ano anterior. No entanto, a desigualdade social continua sendo um grande problema para o país.

## Desigualdade social

A desigualdade social no Brasil continua sendo um grande problema. O coeficiente de Gini, que mede a desigualdade de renda, continua sendo alto, o que indica uma grande desigualdade social. É necessário implementar políticas públicas para reduzir a desigualdade social.

## Desigualdade social

A desigualdade social no Brasil continua sendo um grande problema. O coeficiente de Gini, que mede a desigualdade de renda, continua sendo alto, o que indica uma grande desigualdade social. É necessário implementar políticas públicas para reduzir a desigualdade social.

## Mas cheiro

Em 2011, Bariri registrou um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010. Este crescimento decorre de um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010.

## Atividade de limpeza

Em 2011, Bariri registrou um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010. Este crescimento decorre de um aumento de 19,5% no volume de vendas, decorrente de um crescimento real de 12,5%. Na média, o crescimento real do comércio varejista em 2011 foi de 12,5%, o que representa um crescimento de 19,5% em relação ao mesmo período de 2010.

## Desigualdade social

A desigualdade social no Brasil continua sendo um grande problema. O coeficiente de Gini, que mede a desigualdade de renda, continua sendo alto, o que indica uma grande desigualdade social. É necessário implementar políticas públicas para reduzir a desigualdade social.

## Desigualdade social

A desigualdade social no Brasil continua sendo um grande problema. O coeficiente de Gini, que mede a desigualdade de renda, continua sendo alto, o que indica uma grande desigualdade social. É necessário implementar políticas públicas para reduzir a desigualdade social.



## 9 REFERÊNCIAS

Brown, R.J., “**The First Ten Newspapers in America**”, **Newspaper Collectors Society of America**, History Buff, 1994.

FERNANDES, Josué Corrêa. **Das Colinas do Pitangui. Ponta Grossa**: Editora Gráfica Planeta Ltda, 2003.

MARCUSCHI, L. A. Linearização, cognição e referência: o desafio do hipertexto. **Línguas e Instrumentos Linguísticos**, Campinas, n. 3, p. 1-12, 1999. Disponível em: <<http://www.pucsp.br/~fontes/atividade/17Marcus.pdf>>. Acesso em: 27 jun. 2009

SANTAELLA, Maria L. Braga. **A pesquisa da comunicação na pós-graduação na PUC/SP.1988-1999.**

SODRÉ, Muniz. **A televisão é uma forma de vida,2008**

TIMOTHY, Sâmara. **Guia de design editorial: Manual prático para o design de publicações**, Editora BMA, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo cívico. Reforma ou revolução.** IN: TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX.** São Leopoldo: Unisinos, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2001.

WHITE, V.Jan. **Edição e Design: para designers, diretores de arte e editores: o guia clássico para ganhar leitores**, JSN Editora, 2006.