



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
GRADUAÇÃO EM DESIGN GRÁFICO
PEDRO DE SOUZA RIBEIRO

**ALÉM DA ANÁLISE GRÁFICA: A DIMENSÃO EMOCIONAL NO DESIGN
EDITORIAL NO GRUPO GLOBO**

Goiânia
2025

Processo: 23070.058914/2025-06
Documento: 5783577



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE ARTES VISUAIS

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE GRADUAÇÃO NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio do Repositório Institucional (RI/UFG), regulamentado pela Resolução CEPEC no 1240/2014, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei no 9.610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo dos Trabalhos de Conclusão dos Cursos de Graduação disponibilizado no RI/UFG é de responsabilidade exclusiva dos autores. Ao encaminhar(em) o produto final, o(s) autor(a)(es)(as) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (TCCG)

Nome(s) completo(s) do(a)(s) autor(a)(es)(as): Pedro de Souza Ribeiro

Título do trabalho: Além da análise gráfica: a dimensão emocional no design editorial no Grupo Globo.

2. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador) Concorda com a liberação total do documento [X] SIM [] NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante: a) consulta ao(a)(s) autor(a)(es)(as) e ao(a) orientador(a); b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo do TCCG. O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro.

Obs.: Este termo deve ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Pedro De Souza Ribeiro, Discente**, em 13/11/2025, às 17:20, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Marcio Alves Da Rocha, Professor do Magistério Superior**, em 08/12/2025, às 12:50, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5783577** e o código CRC **2F15A4BD**.

PEDRO DE SOUZA RIBEIRO

**ALÉM DA ANÁLISE GRÁFICA: A DIMENSÃO EMOCIONAL NO DESIGN
EDITORIAL NO GRUPO GLOBO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Graduação em Design Gráfico, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Design Gráfico.

Orientador: Dr. Márcio Alves da Rocha

Goiânia
2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Ribeiro, Pedro de Souza

Além da análise gráfica [manuscrito] : A dimensão emocional no design editorial no grupo Globo / Pedro de Souza Ribeiro. - 2025.
86 f.

Orientador: Prof. Márcio Alves da Rocha.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Artes Visuais (FAV), Design Gráfico, Goiânia, 2025.

Inclui lista de figuras, lista de tabelas.

1. Análise Gráfica. 2. Design Emocional. 3. Design Editorial. I. Rocha, Márcio Alves da, orient. II. Título.

CDU 745/749



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE ARTES VISUAIS

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos vinte e seis dias do mês de novembro do ano de 2025 iniciou-se a sessão pública de defesa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado “**Além da análise gráfica: a dimensão emocional no design editorial no Grupo Globo**”, de autoria de **Pedro de Souza Ribeiro**, do curso de Design Gráfico, da Faculdade de Artes Visuais da UFG. Os trabalhos foram instalados pelo **prof. Dr. Márcio Alves da Rocha - orientador (FAV/UFG)** com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: **Prof. Dr. Wagner Bandeira da Silva (FAV/UFG)** e **prof. Ms. Flávio de Lima Ferreira (FAV/UFG)**. Após a apresentação, a banca examinadora realizou a arguição do estudante. Posteriormente, de forma reservada, a Banca Examinadora atribuiu a nota fina, tendo sido o TCC considerado aprovado.

Proclamados os resultados, os trabalhos foram encerrados e, para constar, lavrou-se a presente ata que segue assinada pelos Membros da Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Marcio Alves Da Rocha, Professor do Magistério Superior**, em 04/12/2025, às 22:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Wagner Bandeira Da Silva, Professor do Magistério Superior**, em 05/12/2025, às 11:24, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Flavio De Lima Ferreira, Discente**, em 08/12/2025, às 12:58, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5783584** e o código CRC **A0F24E54**.

Dedico este projeto aos meus familiares e amigos que estiveram presentes em todos os momentos da minha formação.

“Se a emoção é aprazível, fruimo-la como um luxo;
se é dolorosa, sofremo-la como um intruso indese-
jado.” (Damásio, 1994)

Resumo

Este trabalho de conclusão de curso busca expandir o entendimento do design editorial para além da análise gráfica, focando principalmente na teoria do design emocional de Donald Norman, usando como referência os periódicos do grupo Globo.

O trabalho adotará uma abordagem qualitativa e descritiva, a partir de referenciais teóricos em comparação com o design editorial do grupo Globo.

Palavras-chave: Análise Gráfica. Design Emocional. Design Editorial.

Abstract

This undergraduate thesis aims to expand the understanding of editorial design beyond graphical analysis, focusing primarily on Donald Norman's theory of emotional design, using grupo Globo's periodicals as a reference.

The study will adopt a qualitative and descriptive approach, based on theoretical frameworks in comparison with grupo Globo's editorial design.

Keywords: Graphical Analysis. Emotional Design. Editorial Design.

Lista de ilustrações

Figura 1 – Pessoa lendo um periódico do jornal O Globo	13
Figura 2 – Departamento de arte do jornal O Globo	14
Figura 3 – Jornais e periódicos brasileiros diversos.	15
Figura 4 – Tabela explicando os elementos do layout	16
Figura 5 – Pôster de um fórum de cinema na cidade de Hong Kong	19
Figura 6 – Imagem do jornal The New York Times e The Guardian em uma banca de jornais.	20
Figura 7 – Three Teapots	22
Figura 8 – Homem operando maquinário de impressão de jornais	24
Figura 9 – Escritório da Infoglobo	25
Figura 10 – Jornal O Globo - Edição comemorativa da Copa do Mundo de 2014	26
Figura 11 – Exemplo de cor analisada	27
Figura 12 – Exemplo de tipografia analisada	28
Figura 13 – Exemplo de imagens analisadas	29
Figura 14 – Exemplo de grid analisado	30
Figura 15 – Grid Systems in Graphic Design	32
Figura 16 – Cadeira de plástico	35
Figura 17 – Cadeira de escritório ergonômica	35
Figura 18 – Poltrona estofada	36

Lista de tabelas

Tabela 1 – Os três pilares do design emocional	23
Tabela 2 – Níveis do prazer	34
Tabela 3 – Contraponto entre o design emocional e design multisensorial	37
Tabela 4 – Análise Gráfica - O Globo Edição 01/01/2014	41
Tabela 5 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - O Globo Edição 01/01/2014 .	42
Tabela 6 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - O Globo Edição 01/01/2014	42
Tabela 7 – Análise Gráfica - O Globo Edição 01/06/2014	45
Tabela 8 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - O Globo Edição 01/06/2014 .	46
Tabela 9 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - O Globo Edição 01/06/2014	47
Tabela 10 – Análise Gráfica - O Globo Edição 05/10/2014	50
Tabela 11 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - O Globo Edição 05/10/2014 .	51
Tabela 12 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - O Globo Edição 05/10/2014	52
Tabela 13 – Análise Gráfica - Extra Edição 01/02/2014	55
Tabela 14 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - Extra Edição 01/02/2014 . .	56
Tabela 15 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - Extra Edição 01/02/2014	57
Tabela 16 – Análise Gráfica - Extra Edição 01/06/2014	60
Tabela 17 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - Extra Edição 01/06/2014 . .	61
Tabela 18 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - Extra Edição 01/06/2014	62
Tabela 19 – Análise Gráfica - Extra Edição 01/10/2014	65
Tabela 20 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - Extra Edição 01/10/2014 . .	66
Tabela 21 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - Extra Edição 01/10/2014	67
Tabela 22 – Análise Gráfica - Valor Econômico Edição 04/04/2023	70
Tabela 23 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - Valor Econômico Edição 04/04/2023	71
Tabela 24 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - Valor Econômico Edição 04/04/2023	72
Tabela 25 – Análise Gráfica - Valor Econômico Edição 11/09/2024	75
Tabela 26 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - Valor Econômico Edição 11/09/2024	76
Tabela 27 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - Valor Econômico Edição 11/09/2024	77
Tabela 29 – Análise Gráfica - Valor Econômico Edição 25/03/2023	80
Tabela 30 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - Valor Econômico Edição 25/03/2023	81

Tabela 31 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - Valor Econômico	
Edição 25/03/2023	82

Sumário

1	Introdução	10
1.1	Contextualização do Tema	10
1.2	Justificativa	10
1.3	Objetivos	10
1.4	Metodologia	11
2	Fundamentação Teórica	12
2.1	Princípios do Design Editorial	13
2.2	A comunicação visual na mídia impressa	14
2.3	A análise gráfica de André Villas-Boas	16
2.4	Emoção e escolhas: uma visão diferente da análise gráfica	18
2.5	A teoria emocional de Donald Norman	22
3	Estudo dos Periódicos do Grupo Globo	24
3.1	Cor	26
3.2	Tipografia	27
3.3	Imagem	28
3.4	Composição	29
4	Design e Emoção na Experiência do Leitor	31
4.1	Os níveis visceral, comportamental e reflexivo nos periódicos	31
4.2	Estética e afeto: como o design editorial desperta emoções	33
4.3	Contraponto entre o design emocional e design multisensorial	36
4.4	Comparação entre a análise gráfica convencional e as duas formas de análise emocional.	38
4.4.1	Jornal O Globo - Edição 01/01/2014	39
4.4.2	Jornal O Globo - Edição 01/06/2014	43
4.4.3	Jornal O Globo - Edição 05/10/2014	48
4.4.4	Jornal Extra - Edição 01/02/2014	53
4.4.5	Jornal Extra - Edição 01/06/2014	58
4.4.6	Jornal Extra - Edição 01/10/2014	63
4.4.7	Jornal Valor Econômico - Edição 04/04/2023	68
4.4.8	Jornal Valor Econômico - Edição 11/09/2024	73
4.4.9	Jornal Valor Econômico - Edição 25/03/2023	78
5	Considerações Finais	84
	Referências	85

1 Introdução

1.1 Contextualização do Tema

Nos últimos anos, com a evolução das técnicas produtivas, e por influência das outras mídias, o design de notícias viu crescer sua importância no jornalismo. A inserção do computador nas artes gráficas e a ameaça da internet como fonte de informação, tem levado o design a ganhar relevância como estratégia de diferenciação e forte instrumento para a “reinvenção” do fazer jornalístico. (Freire, 2009)

O Grupo Globo, com seus principais títulos – Extra, Valor Econômico e O Globo – oferece um estudo de caso privilegiado dessa transição. Enquanto no impresso o design prioriza hierarquia rígida e identidade visual estável, o ambiente digital exige layouts fluidos, elementos interativos e adaptação constante a diferentes dispositivos.

Essa mudança tecnológica altera profundamente a relação com o leitor: manchetes precisam ser “clicáveis”, infográficos ganham movimento, imagens em um papel agora podem aparecer como vídeos, bem como a fragmentação da identidade visual em múltiplas plataformas. O desafio é equilibrar inovação com credibilidade – especialmente quando o público associa certas convenções gráficas (como a tipografia clássica do jornal O Globo) à confiabilidade jornalística. Este trabalho investiga como os Estúdios Globo estão navegando nessas contradições, mantendo sua autoridade editorial enquanto abraçam as possibilidades (e riscos) do jornalismo digital.

1.2 Justificativa

Este estudo foca no Design Editorial dos jornais do Grupo Globo, em específico os jornais Extra, Valor Econômico e O Globo, para analisar como suas soluções de design, como diagramação, tipografia e cores, contribuem para a experiência do leitor. A pesquisa visa comparar publicações diferentes, identificando aplicações de teorias do design como ferramenta para alcançar audiências e propósitos distintos.

O tema é relevante para compreender as mudanças no design editorial aplicado ao jornalismo e como essas transformações impactam a comunicação visual. Este trabalho visa aprofundar o conhecimento teórico e prático sobre design editorial, contribuindo com as demais pesquisas que se debruçam sobre esse mesmo tema.

1.3 Objetivos

Este estudo tem como objetivo principal compreender os aspectos do design editorial nas publicações do Grupo Globo, não apenas sob um viés objetivo, como na análise gráfica tradicional discutida por Villas-Boas (2009), mas também incorporando uma perspectiva mais ampla e subjetiva. Essa abordagem considera aspectos emocionais do design, fundamentando-se

na teoria do design emocional desenvolvida por Norman (2004), a fim de captar nuances que passam muitas vezes despercebidas em análises estritamente formais. Em suma, esse trabalho de conclusão de curso pretende entender nuances que podem passar despercebidas pela análise gráfica convencional, por meio de uma análise emocional do design editorial, tendo como base os mesmos parâmetros, sejam eles o layout, cores usadas, disposição dos elementos, modulação de informações gráficas, grafismos e fontes de texto.

1.4 Metodologia

O trabalho adotará uma abordagem qualitativa e descritiva, a partir de referenciais teóricos para subsidiar a análise dos periódicos do Grupo Globo. O objetivo é entender como o design contribui para a identidade visual, a experiência do leitor e a atração do público-alvo considerando os aspectos gráficos e o viés emocional subentendido por meio das escolhas editoriais usadas.

2 Fundamentação Teórica

Os principais conteúdos abordados neste trabalho de conclusão de curso são a Análise Gráfica e os Aspectos Emocionais no Design. Como base para a exploração dessas teorias, foram usados livros de diversos autores. Os principais autores usados para a fundamentação da análise gráfica são: Samara (2007) em *“Making and breaking the grid”*, Joly (1996) em *“Introdução à Análise da Imagem”*, Farina, Perez e Bastos (2006) em *“Psicodinâmica das Cores em Comunicação”*, Lupton (2018) em *“Thinking with type: a critical guide for designers, writers, editors and students”*, Gomes Filho (2008) em *“Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma”* e Villas-Boas (2009) em *“Sobre Análise Gráfica, ou Algumas estratégias didáticas para a difusão de um design crítico”*.

Samara (2007) tornou-se imperativo para a solidificação do entendimento de grids e modulação de ideias. O livro foca fortemente no aspecto teórico da percepção humana sobre obras de design, exemplificando diversos tipos de grid (hierárquico, modular, de coluna, etc.).

A autora Joly (1996) propõe um método de análise da mensagem visual fixa, examinando a imagem sob a perspectiva da semiologia e linguística para questionar sua significação, natureza de signo e a complementaridade entre imagem e palavra. Seu livro foi muito importante para a análise das imagens usadas nos periódicos separados para análise.

Farina, Perez e Bastos (2006) explicam o processo de visão e a influência fisiológica, psicológica e cultural das cores na percepção humana. Fundamenta o uso das cores na comunicação, publicidade e identidade visual. As ideias deste livro facilitaram, principalmente as análises emocionais discutidas no capítulo 4.

Lupton (2018) produziu um guia que aborda a tipografia de forma prática e teórica. Cobre os fundamentos da letra, do texto e do grid, ensinando o uso eficaz e criativo da tipografia no design, seja impresso ou digital. Esse livro foi a base para a análise tipográfica do capítulo 4.

Gomes Filho (2008) apresenta a teoria da Gestalt (Psicologia da Forma) e suas leis de organização perceptiva. Detalha como a mente humana percebe e interpreta visualmente as formas, a fim de aplicar esses princípios no design de objetos e na comunicação visual. Esse livro, além de ser uma das bases para o artigo de periódico de Villas-Boas (2009), fortaleceu o entendimento de conceitos mais abstratos, como os “princípios projetuais” Gomes Filho (2008), posteriormente detalhados por Villas-Boas (2009).

Villas-Boas (2009) defende e explica, em seu artigo, a prática da análise gráfica crítica de projetos de design. O foco é na identificação e avaliação dos elementos técnico-formais para a formação de um designer mais consciente e analítico, superando o critério subjetivo de “gosto”.

Já a fundamentação dos Aspectos Emocionais no Design foi estabelecida a partir de três autores-chave. O primeiro, Damásio (1994), em *“O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano”*, desafia a visão cartesiana de que razão e emoção são entidades separadas. Damásio (1994) demonstra, por estudos neurológicos, que as emoções e os sentimentos são elementos essenciais que influenciam as tomadas de decisão e o comportamento racional, sendo

a sua ausência (em pacientes com lesões específicas no cérebro) um impeditivo para uma decisão sensata.

Complementando essa perspectiva, Norman (2004), com “*Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*”, aplica o entendimento das emoções humanas diretamente ao desenvolvimento de produtos. Seu trabalho enfatiza que o design eficaz deve ir além da mera funcionalidade, buscando criar uma conexão emocional duradoura com o usuário.

Por fim, Green e Jordan (1999), em “*Human Factors in Product Design: From Conception to Completion*”, focam na incorporação dos fatores humanos, incluindo os emocionais, no processo de design. Green e Jordan (1999) aprofundam a discussão sobre como a experiência de consumo é guiada pelo prazer, integrando-o aos conceitos de usabilidade e funcionalidade. Juntos, esses autores fornecem a base teórica para a análise de como o design de periódicos pode evocar respostas afetivas nos leitores.

2.1 Princípios do Design Editorial

O professor Jorge Pedro Sousa destaca que, no contexto do design de imprensa, elementos como títulos e imagens atuam como portais de acesso para o leitor nas páginas de um jornal. Eles representam o primeiro nível de informação, sendo cruciais para captar a atenção do leitor. Esses elementos influenciam diretamente a decisão de compra e a leitura do material. (Sousa, 2001, 201)

Figura 1 – Pessoa lendo um periódico do jornal O Globo

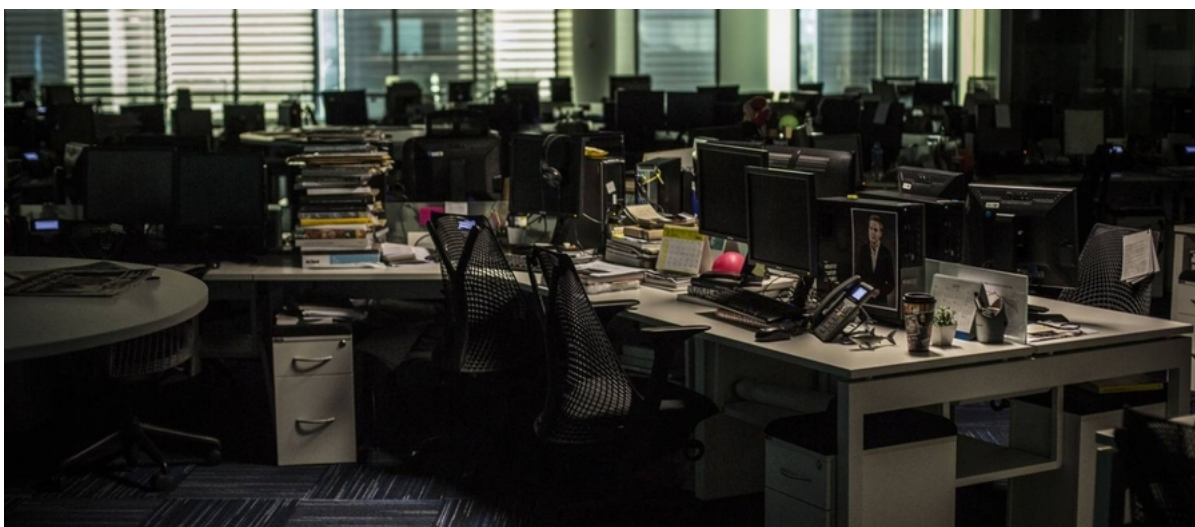


O Globo (2018). Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/o-globo-estreaia-novo-desenho-dia-29-22907503>

A seriedade e a profundidade sobre o design de imprensa ganharam destaque a partir dos anos trinta, período em que Eugene de Lopatecki estabeleceu os princípios fundamentais do design: contraste, balanço, proporção, ritmo e unidade. Essa evolução no campo do design foi um fenômeno de abrangência transnacional. (Sousa, 2001, 347)

Segundo (Freire, 2009), a visibilidade em projetos gráficos é intrinsecamente ligada ao princípio da simplicidade na percepção visual. Desse modo, elementos apresentados de forma simples são mais facilmente identificados, assimilados e memorizados. Essa premissa de simplicidade está associada a um ordenamento eficaz, em oposição à confusão e à desorganização, valor amplamente aplicado no design jornalístico contemporâneo. Atualmente, a tendência é a simplificação e a organização clara das páginas em jornais, utilizando diversos recursos visuais para criar áreas de atração e pontos de entrada para o leitor. Além disso, os projetos gráficos têm dedicado maior atenção à coordenação e subordinação dos elementos visuais.

Figura 2 – Departamento de arte do jornal O Globo



O Globo (2020). Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/seis-profissionais-do-globo-falam-dos-desafios-d-e-fazer-jornalismo-diario-em-meio-pandemia-24776085>

A transição da montagem da página da oficina gráfica para o departamento de arte promoveu uma maior integração do jornalista com a etapa final de sua produção. Em veículos como o *Jornal da Tarde*, de São Paulo, os editores também se encarregavam do projeto visual das páginas, o que resultou em criações mais singulares que unificavam de forma eficaz o conteúdo verbal e não-verbal. Esse cenário impulsionou a valorização de princípios do design, como alinhamento, repetição, proximidade, contraste e balanço. A aplicação desses princípios culminou em jornais mais organizados, limpos e com maior arejamento visual, apresentando uma hierarquia mais definida e melhor visibilidade, alinhando o design jornalístico brasileiro às tendências globais (Freire, 2009)

2.2 A comunicação visual na mídia impressa

A mídia impressa é fundamental atualmente, como foi na década de 90. A indústria editorial brasileira chegou ao fim do século XX como a maior da América Latina e a oitava em

legível possível, e o conteúdo deve auxiliar na compreensão do “porquê” e do “como” dos fatos noticiados, por meio de comentários e desdobramentos.(Freire, 2009)

2.3 A análise gráfica de André Villas-Boas

A presente seção é dedicada a explorar os fundamentos teóricos e práticos que sustentam a Análise Gráfica como um método sistemático de avaliação. Para tanto, este trabalho se apoia (neste momento) na fundamentação estabelecida por Villas-Boas (2009), um autor que oferece uma base conceitual detalhada para a compreensão e aplicação desta técnica.

A pesquisa contida no artigo de Villas-Boas (2009) sugere algumas diretrizes e guias para a compreensão e uso da análise gráfica. Tendo em vista essa abordagem técnica, o autor disponibilizou uma tabela para melhor compreensão dos termos e seus respectivos módulos e submódulos.

Figura 4 – Tabela explicando os elementos do layout

Layout	Elementos técnico-formais	Princípios projetuais	Unidade Harmonia Síntese Balanceamento Movimento Hierarquia
		Dispositivos de composição	Mancha gráfica Estrutura Centramento Eixo
	Elementos estético-formais	Componentes textuais	Antetítulos Títulos Subtítulos Entretítulos Massas de texto Capitulares Legendas Olhos Unidades recorrentes (etc.)
		Componentes não textuais	Grafismos Fotografias Ilustrações Tipos ilustrativos
		Componentes Mistos	Gráficos Tabelas ilustradas infográficos (etc.)

VILLAS-BOAS (2009)

Elementos Técnico-Formais: São Geralmente referidos como elementos que o observador comum não vê Villas-Boas (2009, 9). Os dois exemplos usados são os princípios projetuais e os dispositivos de composição. Esses elementos não necessariamente aparecem na composição final de forma explícita, mas sim como uma base teórica de criação da composição.

Os princípios projetuais, por exemplo, contém a parte de fundamentos da projeção geral (Unidade, Harmonia, Síntese, Balanceamento, Movimento e Hierarquia), ditando como os elementos gráficos finais devem ser organizados e pensados, para criar um projeto harmonioso e com hierarquia estabelecida (Villas-Boas, 2009, 10).

Em contrapartida, os dispositivos de composição (Mancha Gráfica, Estrutura, Centramento e Eixo) são a base técnica instrumental e projetual, que tem o objetivo de localizar os elementos estético-formais na superfície do projeto, delimitando coordenadas de cada um deles. (Villas-Boas, 2009, 10)

Elementos Estético-Formais: São divididos em três partes, sendo essas os componentes textuais, os componentes não textuais e os componentes mistos. São em sua maioria autoexplicativos, representam a parte visível da arte, na percepção do observador comum. Compõem o texto (títulos, subtítulos, corpo do texto, etc), os grafismos (imagens, formas preenchidas, ilustrações, tipos ilustrativos) e componentes mistos (gráficos, tabelas ilustradas, infográficos, etc). (Villas-Boas, 2009, 10))

“Esta observação é importante porque ela sinaliza o fato que os princípios projetuais não são universais. Seu estabelecimento está condicionado às concepções de quem projeta, de quem leciona, de quem analisa. Nesta minha classificação, estabeleço alguns desses princípios que me parecem válidos para nortear a análise de boa parte da produção em design gráfico, mas este estabelecimento não é absolutamente neutro. O princípio da síntese, por exemplo, é uma forte característica do funcionalismo, mas não é restrito a ele — inclusive historicamente, visto que surge bem antes de esta escola se consolidar.”

(Villas-Boas, 2009, 14)

Em suma, o artigo de Villas-Boas (2009) consegue teorizar, comprovar e solidificar o entendimento sobre a análise gráfica puramente concebida, em sua forma literal e subjetiva. Porém, mesmo com essa análise meticulosa, direta e fortemente embasada, o autor admite que esse tipo de análise não é totalmente neutra, visto que ele mesmo se diz ser tendencioso com o conceito de síntese (que tem fortes características do funcionalismo, mesmo sendo concebido muito antes de tal movimento).(Villas-Boas, 2009)

Da mesma forma com a qual Villas-Boas (2009) secciona o conceito de Layout em diversas partes e módulos, Gomes Filho (2008) trata dos conceitos de gestalt de uma forma parecida. As ideias exibidas se assemelham principalmente com os elementos estético-formais de Villas-Boas (2009).

“A forma pode ser definida como a figura ou a imagem visível do conteúdo. De um modo mais prático, ela nos informa sobre a natureza da aparência externa de alguma coisa. Tudo que se vê possui forma”.

(GOMES-FILHO, 2008)

De forma extremamente detalhada, Gomes Filho (2008) cita, exemplifica e explica conceitos previamente mencionados por Villas-Boas (2009), como Harmonia, Unidade, etc. O

livro serve como um manual de gestalt, para guiar qualquer tipo de análise gráfica.

Como guia, o autor Gomes Filho (2008) dita etapas para a análise da estrutura perceptiva do objeto, a fim de sintetizar os conceitos supracitados no livro e estruturar uma análise concisa e versátil. De forma resumida, seguem algumas das etapas:

- 1) Analisar a estrutura perceptiva do objeto em questão, tendo em vista a boa organização visual do todo, bem como a articulação visual das formas que compõem tal objeto.
 - 1) Listar quais categorias conceituais compõem o objeto de estudo, estejam elas evidentes ou subentendidas no conglomerado das unidades que formam tal objeto.
 - 2) Apontar e explicar cada uma das diversas categorias com a intenção de fortalecer a argumentação descritivamente.
- 2) Interpretação conclusiva: nesta etapa final, o leitor deve analisar se os conceitos de pregnância da forma, como a harmonia e o equilíbrio, foram atingidos. O contrário pode também ser verdade: o leitor pode julgar que os elementos exibidos destoam das noções de organização gráfica previamente citadas. Por fim, o autor reitera que, mesmo se a análise feita se mostrar perfeita, o leitor pode chegar à conclusão de que o objeto apresenta uma “mistura” de acertos e erros. Essa interpretação serve como um “índice de avaliação” em termos de qualidade formal apresentada pelo objeto. (Gomes Filho, 2008, 105)

Gomes Filho (2008) mostra um grau de subjetividade ao desenvolver suas teorias: ele incentiva o leitor do livro a colocar em prática as ideias abordadas, mesmo alertando que a análise humana depende, em sua essência, de decisões que não necessariamente são percebidas da mesma forma por todos.

Por outro lado, a autora Joly (1996) propõe uma abordagem didática e sistemática para a análise, considerando a imagem não como um elemento neutro, mas sim como um produto cultural e comunicacional carregado de significados. Joly (1996) explora as diferentes naturezas da imagem, sejam elas visuais, mentais, ou icônicas; e a maneira como elas funcionam como símbolos na sociedade.

A autora orienta o leitor a decompor a imagem em seus diversos níveis de sentido: o plástico (cores, formas, composição), o icônico (os objetos e motivos representados) e o linguístico (a relação com o texto de apoio, como legendas ou títulos). Este método integrado revela como a imagem constrói significado a partir de códigos visuais e culturais, e como o contexto de produção e recepção influencia a sua interpretação.

Ao detalhar os mecanismos de construção e persuasão da imagem, Joly (1996) demonstra que uma análise aprofundada enriquece a leitura, estimula a interpretação criativa e transforma a imagem de um objeto de passividade em uma garantia de autonomia intelectual.

2.4 Emoção e escolhas: uma visão diferente da análise gráfica

O objetivo deste capítulo é aprofundar a noção de emoção e escolhas humanas, tendo como base diversos autores diferentes, a fim de determinar se esses conceitos têm espaço não somente na análise gráfica, mas no design gráfico e editorial em geral.

Não se limitando somente à Análise Gráfica pura e simples, a pesquisa se propõe também em entender melhor questões mais subjetivas e emocionais envolvidas na construção do design

editorial nos veículos do grupo Globo. Enquanto a *Análise Gráfica* diz respeito a aspectos mais funcionais e objetivos, as questões que envolvem a emoção e a subjetividade podem contribuir para uma maior compreensão de como a experiência como um todo é construída. Como apontado no livro “às vezes, o choque entre cores contrastantes pode ser uma coordenação de valores que atua de forma mais harmônica no conjunto do que o uso de cores realmente harmoniosas.” (Farina; Perez; Bastos, 2006)

Um exemplo de como as cores e as formas atuam de forma mútua é o pôster do fórum de cinema da cidade de Hong Kong. O designer Asling Julius propõe um jogo cromático-tipográfico que evidencia unidade e coesão mesmo empregando tantas cores variadas em um mesmo design.

Figura 5 – Pôster de um fórum de cinema na cidade de Hong Kong



Asling Julius (2023). Disponível em: https://www.twenty75.com/projects/movement_050/

Antes de entrar em uma análise mais aprofundada dos conceitos de emoção e escolhas, o livro “*Psicodinâmica das Cores em Comunicação*” (Farina; Perez; Bastos, 2006) vem à tona ao destrinchar uma série de fatores psicológicos, gerados pelas cores.

Os autores evidenciam, no começo do livro, como as cores influenciam o ser humano, e quais efeitos procedem. A explicação revela que a sensação humana advinda das cores transcende a psicologia, e se mostra presente fisiologicamente (no sentido de produzir impressões, sensações e reflexos sensoriais de suma importância) por meio de vibrações determinadas nos sentidos

humanos, atuando como estimulações ou perturbações na emoção, na consciência e nos impulsos e desejos. (Farina; Perez; Bastos, 2006)

Uma noção exposta no livro é a de que o impacto emocional gerado pelas cores não é intrínseco para os humanos. Os autores exemplificam essa ideia ao citar a busca artística por tensão visual, que geralmente resulta em forças opostas conflitantes. Da mesma forma, outro exemplo é citado: a busca por harmonia. No exemplo citado no livro, uma série de tons de uma mesma cor dispostos juntamente em um plano bidimensional buscam essa sensação de harmonia. Entretanto, essa harmonia pode se mostrar como um tiro no pé, ao tirar a vivacidade da obra, e fugir da ideia principal do artista: causar impacto e tensão.

Assim como os jornais do grupo Globo e seus concorrentes, New York Times e The Guardian são periódicos que ajudaram a construir tradição e credibilidade entre os jornais impressos no cenário mundial. O design clássico e informacional desses jornais se tornou referência global para o design editorial.

Figura 6 – Imagem do jornal The New York Times e The Guardian em uma banca de jornais.



The Guardian (2010). Disponível em <https://www.theguardian.com/world/richard-adams-blog/2010/jul/29/most-boring-newspaper-article-kinsley>

Em outra frente, Damásio (1994) defende que as nossas escolhas não são meramente racionais e estão diretamente ligadas às emoções. A ideia de emoção se assemelha fortemente com o conceito de intuição, onde o autor defende que a ela configura uma reação não necessariamente racional, mas sim inconsciente e imediata. A finalidade é de entender e reagir à tal situação sem precisar de um pensamento específico e bem planejado.

“Quando a emoção não figura de modo algum no quadro do raciocínio, como ocorre em certas doenças neurológicas, a razão mostra-se ainda mais falha do que quando a emoção nos prega peças na hora de decidir.” (Damásio, 1994)

Em síntese, as experiências anteriores, as reflexões sobre acontecimentos, as emoções precedentes e consequentes fazem parte do entendimento e preparo próprio para a própria intuição.

Em uma visão oposta à de Villas-Boas (2009), vêm a noção de máquinas inúteis, explorada por Rocha e Rocha (2016) em “*Máquinas Inúteis: Design e Arte como Experiência*”, que diz respeito à anti-funcionalidade e funções sociais atreladas a elas. Ultrapassando as noções literais de funcionamento de maquinário, o artigo traz uma provocação contrária ao utilitarismo, presente no período da revolução industrial, que zelava fortemente pela criação de máquinas e métodos a fim de melhorar ou minimamente facilitar o trabalho do usuário final.

Tendo em vista o conceito de funcionalismo, não seria um exagero contrapor as ideias exibidas no artigo (Rocha; Rocha, 2016) com o funcionalismo exposto por Villas-Boas (2009). Por mais que os dois autores escrevem fortemente sobre a funcionalidade de objetos e estruturas, Rocha e Rocha (2016) enfatizam também a consequência da sensibilidade humana proporcionada pela arte, como uma funcionalidade em si: provocar uma reação subjetiva no observador.

“as separações que perturbam o pensamento atual: a divisão de tudo em natureza e experiência, a da experiência em prática e teoria, arte e ciência, a da arte em útil e refinada, servil e livre”.

(Dewey, 2010, 11)

Por um lado mais filosófico, é possível citar Dewey (2010), que se mostra oposto às constantes dualidades filosóficas identificadas em diversas literaturas, como o dualismo de intelecto de Platão, a razão e a emoção dos estóicos, o corpo e mente de Descartes, as qualidades primárias e secundárias de Locke, etc. (Dewey, 2010, 12)

“A substância estética é constituída pela forma de um objeto expressivo, não pelo estado emocional do artista ou do respondente.”

(Dewey, 2010, 39)

Segundo Dewey (2010), essas diversas antíteses, quando vistas em conjunto, foram sedimentadas como parte do dualismo cultural, que é uma das principais preocupações do autor. Ele defende que, na verdade, essas separações não fazem parte da natureza humana, e sim que as instituições e práticas são variáveis de acordo com quais condições sociais são aceitas.

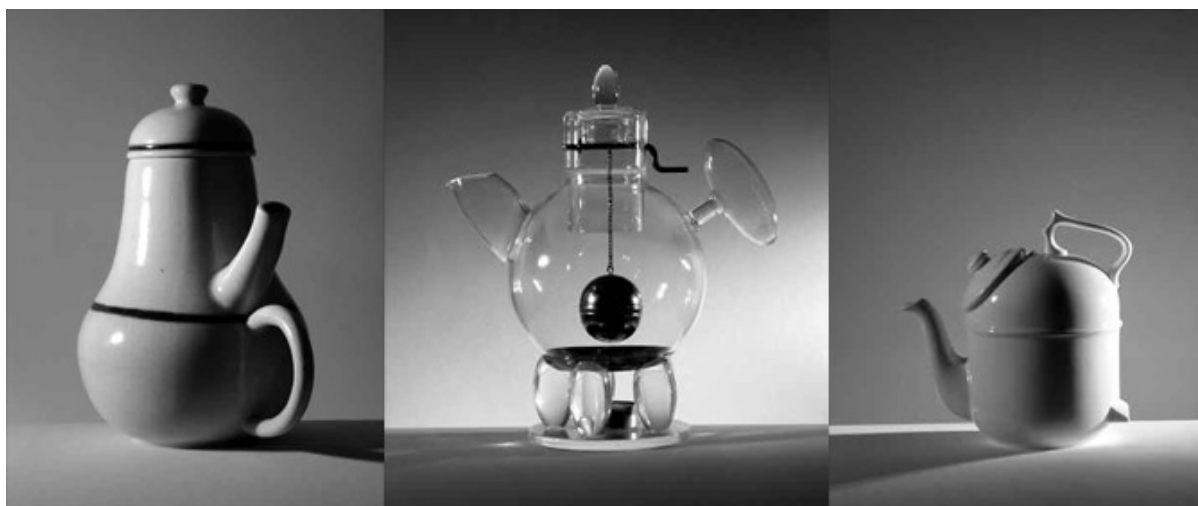
2.5 A teoria emocional de Donald Norman

Em uma visão majoritariamente oposta à de Villas-Boas (2009), mas semelhantes à Damásio (1994) e Rocha e Rocha (2016) vêm as noções de Norman (2004) no que diz respeito ao livro *“Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things”* (Norman, 2004).

“The teapots also illustrate three different aspects of design: visceral, behavioral, and reflective. Visceral design concerns itself with appearances. Here is where the Nanna teapot excels — so I enjoy its appearance, especially when filled with the amber hues of tea, lit from beneath by the flame of its warming candle. Behavioral design has to do with the pleasure and effectiveness of use. Here both the tilting teapot and my little metal ball are winners. Finally, reflective design considers the rationalization and intellectualization of a product. Can I tell a story about it? Does it appeal to my self image, to my pride?”

(Norman, 2004, 5)

Figura 7 – Three Teapots



Cargo Collective (2015). Disponível em: <https://cargocollective.com/winniegomez/Three-Teapots>

De forma humorada, Norman (2004) brinca que na realidade, ele não usa nenhuma dessas chaleiras em seu dia-a-dia, por não terem uma funcionalidade prática bem definida. Mesmo assim, o autor defende que o propósito desses produtos não é necessariamente a sua usabilidade, e sim os sentimentos que cada um deles evoca no usuário. Conforme o autor:

- 1) A primeira chaleira é, intencionalmente, impossível de ser operada, por ter o bico e a alça posicionados no mesmo lado, apelidado de “chaleira para masoquistas” pelo próprio criador. A ideia por trás desse produto é puramente estética, e de impacto visceral quando proposta ao usuário, visando uma reação de surpresa, ou confusão.
- 2) A segunda chaleira parece ser desajeitada, por ter um design bem fora do comum, não só por ser transparente, mas também tendo em vista o cabo, a base e o bico

diferentes do convencional. Mesmo assim, o autor ressalta que essa chaleira funciona surpreendentemente bem. É um dos exemplos de que a reação visceral nem sempre é totalmente efetiva. Nesse caso, a análise comportamental do usuário não é o que seria esperado, sem o uso propriamente dito.

- 3) A terceira chaleira é um caso à parte, segundo o autor. Ela representa o pilar reflexivo ao intrigar o usuário visceralmente, confundir um usuário despreparado na fase comportamental, mas satisfazer a etapa reflexiva, por fim. Isso se dá pelo conceito embutido nessa chaleira, onde a sua funcionalidade depende de estágios relativamente cautelosos, mas que reverberam uma experiência totalmente única não só no sabor, mas também em sua usabilidade propriamente dita, mesmo não sendo totalmente eficiente em todos os aspectos.

Tendo como base o exemplo das três chaleiras, Norman (2004) mostra como os pilares do Design Emocional se mostram presentes não só em peças gráficas, mas também nos mais diversos produtos. De forma geral, o autor cita esses três pilares como sendo:

Tabela 1 – Os três pilares do design emocional

Visceral	Engloba as primeiras impressões e reações instintivas do usuário quando exposto ao produto em questão pela primeira vez.
Comportamental	Diz respeito à experiência de interação com o produto, a “segunda impressão” por assim dizer, onde o usuário tem o desafio (ou facilidade) de descobrir como usar o produto de forma eficiente.
Reflexivo	É a última avaliação do produto, onde o utilizador reflete sobre como foi a experiência como usuário, se o produto cumpriu seu propósito, etc.

NORMAN (2004)

Mais a frente pretendo me aprofundar nesses conceitos, especialmente nos capítulos 4.2 e 4.3, onde as ideias de Norman (2004) fazem sentido dentro de um contexto de análise dos periódicos, objeto de estudo deste trabalho de conclusão de curso. Juntamente, as teorias elaboradas por Green e Jordan (1999) servirão para uma melhor compreensão da emoção dentro do contexto aqui abordado de forma mais detalhada.

3 Estudo dos Periódicos do Grupo Globo

O Grupo Globo é um dos maiores e mais influentes conglomerados de comunicação da América Latina, e sua origem está intrinsecamente ligada ao design editorial e à produção gráfica do início do século XX. A fundação do grupo ocorreu em 1925 com o lançamento do jornal O Globo no Rio de Janeiro, por Irineu Marinho. No entanto, a semente da organização já havia sido plantada em 1923, quando Marinho fundou o vespertino A Noite.

A criação desses jornais exigiu o estabelecimento de uma infraestrutura robusta de impressão e, mais importante, o desenvolvimento de um design editorial que pudesse competir no mercado da época. O design da primeira edição de O Globo, por exemplo, estabeleceu padrões de diagramação e tipografia que eram cruciais para a identidade e a legibilidade do novo matutino. A escolha da tipografia, o uso de fotografias, a disposição das colunas e a hierarquia visual das notícias eram elementos de design que determinavam a comunicação eficaz com o leitor.

Figura 8 – Homem operando maquinário de impressão de jornais



Noroeste Online (2019). Disponível em: <https://www.noroesteonline.com/jornais-impressos-perdem-cada-vez-mais-espaco-para-os-virtuais/>

Após a morte de Irineu Marinho, seu filho, Roberto Marinho, assumiu a direção e iniciou a expansão para outros meios (Rádio Globo em 1944 e TV Globo em 1965). A área editorial

e gráfica continuou a crescer. Em 1952, foi fundada a Rio Gráfica Editora, que mais tarde se tornaria a Editora Globo (após a compra da gaúcha Editora Globo, em 1986).

A criação da editora permitiu ao grupo expandir sua atuação para além dos jornais diários, entrando no mercado de revistas e livros. Essa diversificação exigiu o domínio de diferentes estilos de design gráfico — do layout mais formal do jornal à diagramação vibrante e colorida das revistas (como *Época*, *Galileu*, entre outras), além do design de capa e miolo para livros. O design se tornou, e ainda é, uma ferramenta essencial para diferenciar os títulos em bancas e livrarias.

Figura 9 – Escritório da Infoglobo



O Globo (2021). Disponível em <https://historia.globo.com/historia-grupo-globo/2015-2024/noticia/2017-inauguracao-da-nova-sede-da-infoglobo.ghtml>

Hoje, o Grupo Globo opera a Infoglobo (responsável pelos jornais, como *O Globo*) e a Editora Globo, além de gerenciar a transição do conteúdo para o digital (*G1*, *Globoplay*, etc.). Essa evolução demonstra como a fundação gráfica e editorial do grupo se transformou para adaptar o design da informação e o design da experiência do usuário (UX/UI) aos novos formatos de mídia, mantendo-se fiel à sua herança visual e de conteúdo.

Para exemplificar os conceitos que serão abordados, foi separada uma imagem do jornal *O Globo*, edição comemorativa da copa do mundo de 2014. Segue uma breve explicação do que é e o que será analisado em cada componente.

Figura 10 – Jornal O Globo - Edição comemorativa da Copa do Mundo de 2014

FERNANDO CALAZANS
A luta não termina

RESENHA
VITÓRIA ANTES DE VIAJAR
TESTE DE CAMARÕES
ZAGUEIRO DE CAMA

TABELA DA COPA

GRUPO A
BRA, ESP, ITA, ARG

GRUPO B
ESP, INE, ITA, ARG

GRUPO C
ESP, INE, ITA, ARG

GRUPO D
ESP, INE, ITA, ARG

GRUPO E
ESP, INE, ITA, ARG

GRUPO F
ESP, INE, ITA, ARG

GRUPO G
ESP, INE, ITA, ARG

GRUPO H
ESP, INE, ITA, ARG

QUARTAS DE FINAL
SEMIFINAL
FINAL
TÍTULO

O Globo (2014). Disponível em: <https://oglobo.globo.com/acervo/>

3.1 Cor

A cor é muito importante para a análise gráfica. Cor é a percepção visual provocada pela luz, ou seja, o cérebro interpreta os sinais que os olhos captam quando a luz interage com objetos, refletindo diferentes comprimentos de onda. Não é uma propriedade física intrínseca do objeto, mas uma sensação subjetiva gerada pela interação entre a luz, o olho e o cérebro. Cada cor é associada a um comprimento de onda específico no espectro visível da luz.

Figura 11 – Exemplo de cor analisada



O Globo (2014). Manipulação de imagem própria

3.2 Tipografia

A Tipografia atua como imagem e signo visual que porta o estilo e a identidade cultural do periódico. Fontes serifadas clássicas, como as usadas no corpo de texto de jornais formais, comunicam tradição, confiabilidade e autoridade. Já fontes sem serifa extremamente grossas e condensadas criam uma imagem de grito, voz alta e comunicação popular e imediata. A escolha tipográfica, portanto, vai além da legibilidade: ela é o reflexo visual do tom de voz do jornal e do posicionamento editorial perante seu público.

reforçando a narrativa emocional e os valores culturais populares. A forma como a imagem é enquadrada e manipulada é crucial para a legitimação e a força do discurso.

Figura 13 – Exemplo de imagens analisadas



O Globo (2014). Manipulação de imagem própria

3.4 Composição

A composição refere-se à estrutura espacial da página, determinada principalmente pelo grid, que pode ser rígido ou flexível. Essa estrutura define o ritmo visual da leitura: um grid denso e formal impõe um ritmo lento e analítico, encorajando uma leitura profunda, enquanto um grid

quebrado e caótico impõe um ritmo acelerado e dispersivo. A hierarquia visual é estabelecida pelo tamanho de títulos, imagens e o uso do espaço em branco (respiro), guiando o olhar do leitor para a informação considerada mais importante pelo editor, seja ela uma manchete dramática ou uma análise de mercado.

Figura 14 – Exemplo de grid analisado

FERNANDO CALAZANS
A luta não termina

RESENHA

VITÓRIA ANTES DE VIAJAR
CRÍDICA, ADVERSÁRIA DO BRASIL, BATE MAL E FECHA LISTA

TESTE DE CAMARÕES
TIME DE EVYTO PEGA A ALEMANHA

ZAGUEIRO DE CAMA
MARFENSE NILO TOURE TEM MALÁRIA

TABELA DA COPA

GRUPO A

Equipe	Brasão	País
BRA		Brasil
ITA		Itália
ESP		Espanha
CHL		Chile

GRUPO B

Equipe	Brasão	País
ESP		Espanha
ITA		Itália
CHL		Chile
ESP		Espanha

GRUPO C

Equipe	Brasão	País
ESP		Espanha
ITA		Itália
CHL		Chile
ESP		Espanha

GRUPO D

Equipe	Brasão	País
ESP		Espanha
ITA		Itália
CHL		Chile
ESP		Espanha

GRUPO E

Equipe	Brasão	País
ESP		Espanha
ITA		Itália
CHL		Chile
ESP		Espanha

GRUPO F

Equipe	Brasão	País
ESP		Espanha
ITA		Itália
CHL		Chile
ESP		Espanha

GRUPO G

Equipe	Brasão	País
ESP		Espanha
ITA		Itália
CHL		Chile
ESP		Espanha

GRUPO H

Equipe	Brasão	País
ESP		Espanha
ITA		Itália
CHL		Chile
ESP		Espanha

DIAGRAMA DE TORNEIO

O diagrama mostra o percurso das equipes através das fases: Oitavas de Final, Quartas de Final, Semifinal, Final e 2º Lugar. As equipes são agrupadas em potes (1, 2, 3, 4) para facilitar a visualização das possibilidades de enfrentamento.

O Globo (2014). Manipulação de imagem própria

4 Design e Emoção na Experiência do Leitor

Tendo essa definição em mente, surge uma pergunta: de que maneira a simples organização de ideias e elementos gráficos pode influenciar a experiência do leitor, e até mesmo suas emoções? Essa reflexão já foi abordada por diversos autores ao longo do tempo. Neste capítulo, o objetivo é analisar essas contribuições teóricas e buscar evidências que ajudem a entender as sensações que experimentamos ao ler um livro, por exemplo.

Esse processo pode ser direto e rápido, a depender da ideia sendo gerada pelo autor. Em alguns casos, como o de livros ilustrados, a situação pode se tornar mais complexa, quando o texto não é somente escrito, mas também conta com grafismos e imagens de apoio. A definição de “grid” pelo autor é a seguinte:

“O grid divide o espaço ou o tempo em unidades regulares. Uma grid pode ser simples ou complexa, específica ou genérica, rigidamente definida ou interpretada livremente. As grids tipográficas visam o controle. Elas estabelecem um sistema para organizar o conteúdo dentro do espaço de uma página, tela ou ambiente construído.”

(Lupton, 2018, 151)(tradução própria)

Tendo essa definição em mente, é possível germinar uma dúvida: como uma mera organização de ideias e elementos gráficos pode afetar a experiência do leitor, quiçá suas emoções? Essa ideia passou pela cabeça de vários autores anteriormente. A ideia desse capítulo é explorar essas informações e tentar encontrar evidências que expliquem as sensações que temos ao ler livros, por exemplo.

4.1 Os níveis visceral, comportamental e reflexivo nos periódicos

Nesse subcapítulo, abordamos um autor considerado referência nos principais cursos de design no Brasil, quando se trata de falar sobre emoções, o professor e psicólogo Norman (2004). Ele é uma importante fonte para compreendermos como o design emocional influencia ou é influenciado pelo grid e seus respectivos elementos.

“Os benefícios de trabalhar com um grid são simples: clareza, eficiência, economia e continuidade.”

(Samara, 2007)

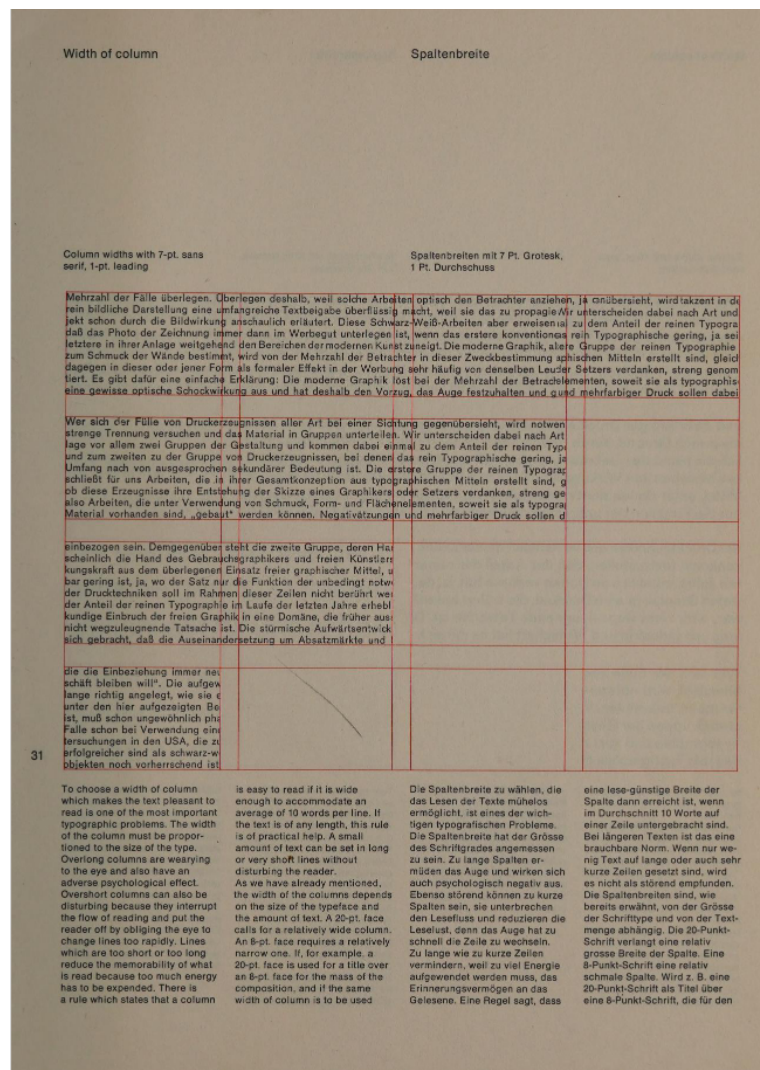
No livro de Samara (2007), o autor explica que o grid serve como uma forma de organizar vários tipos de ideias e guiar vários estilos diferentes, ao delimitar espaços, tipos de fonte, tamanho de texto, espaçamento, etc.

“Entre outras finalidades, o grid é usado para ajudar a resolver problemas de comunicação altamente complexos“.

(Samara, 2007)

Dessa forma, os três níveis emocionais descritos por Norman, no design emocional podem ser sentidos em decorrência da experiência proporcionada por alguns tipos de grid, ou da composição da página impressa. Um exemplo seria um livro com margens variadas e não necessariamente simétricas ou óbvias. Como exemplo, podemos observar uma página do livro “Grid Systems in Graphic Design” (Müller-Brockmann, 2016, 31)

Figura 15 – Grid Systems in Graphic Design



Muller-Brockmann (2016)

Na imagem 15, vemos diferentes formas de se estruturar a informação no mesmo grid, criando composições diversas. Dependendo da forma que a grade for utilizada e a informação for organizada, ela pode despertar diferentes experiências e sensações - a depender do leitor. Por exemplo, a primeira forma usada na imagem, de deixar o texto compor o espaço inteiro da grade, pode sinalizar um texto de corpo, que precisa de mais espaço da página, não somente para melhorar a legibilidade geral de um bloco de texto denso, mas também para diferenciá-lo de um texto de apoio, como um título ou subtítulo.

Outro exemplo citado indiretamente na imagem 15, é o que sustenta o texto em apenas uma grade menor. Esse texto pode ser usado para remeter a uma citação, ou uma informação extra no contexto geral da organização de ideias (por exemplo).

Ao observarmos a imagem 15 é perceptível que o primeiro nível emocional descrito por Norman, o nível visceral pode gerar uma sensação de desconforto no leitor, ao interagir com uma organização e escolhas de grafismos extremamente fora do convencional na página citada. Da mesma forma, o nível comportamental influencia a busca pelo entendimento do texto contido nessa grade inusitada, sem ser limitado pela sua apresentação não-convencional. Finalmente, o terceiro pilar (reflexivo) é o que mais se diferencia dos outros. Isso se dá por causa das milhares de formas de interpretação e gostos pessoais dos leitores em potencial.

No contexto visceral, a primeira impressão pode não ser de intriga (que talvez fosse ideia do autor original), mas sim de confusão, comprometendo o resultado esperado nos outros dois pilares. Tendo isso em mente, o terceiro nível, tal qual uma progressão geométrica, pode revelar ideias e exponencialmente diferentes do esperado pelo autor original.

4.2 Estética e afeto: como o design editorial desperta emoções

As abordagens teóricas de Norman (2004) e Green e Jordan (1999) sobre a relação emocional com o design se complementam e se conectam de maneiras intrigantes. Enquanto Norman (2004) foca em três níveis de design emocional (Visceral, Comportamental e Reflexivo), Green e Jordan (1999) segmentam o prazer em quatro partes (Físico, Psicológico, Ideológico e Social), permitindo uma compreensão mais detalhada de como os produtos influenciam nossas emoções e comportamentos.

Para começar esse capítulo, vamos falar sobre o livro “*Human Factors in Product Design*” (Green; Jordan, 1999). Esse livro analisa a segmentação do “prazer” em 4 partes (Fisiológico, Psicológico, Ideativo e Social), uma teoria originalmente criada por Tiger (1992) (antropólogo canadense-americano). A definição básica de cada um é a que segue:

Tabela 2 – Níveis do prazer

Prazer Físico	Este tipo de prazer está ligado diretamente aos nossos sentidos e às respostas do nosso corpo. É a alegria que sentimos através do tato, olfato, paladar e audição. Um exemplo clássico é o aroma de café fresco que nos faz querer sair da cama, proporcionando uma sensação agradável e revigorante.
Prazer Psicológico	O prazer psicológico vem da eficácia e controle que sentimos ao usar um produto. A satisfação é resultado de uma interação suave e sem frustrações, permitindo que a tarefa seja concluída com sucesso. Um bom exemplo é a conveniência de usar um controle remoto para abaixar uma tela, em vez de lidar com um sistema manual e complicado.
Prazer Ideológico	Este prazer é gerado quando os valores e a estética de um produto estão em sintonia com nossas próprias crenças e aspirações. A alegria aqui é pessoal e subjetiva. A escolha de produtos feitos com materiais biodegradáveis, por exemplo, gera prazer ideológico em pessoas que valorizam a sustentabilidade, pois essa atitude reflete seus ideais.
Prazer Social	O prazer social é o que obtemos de interações com outras pessoas. Muitos produtos, por design ou por acaso, servem como catalisadores para essas interações. Pense em uma corda de pular que une crianças ou um filtro de água no escritório que facilita conversas informais. Tecnologias de comunicação, como celulares, são um exemplo perfeito de como o design eficaz apoia e amplia nossas interações sociais.

Reprodução própria, com as ideias de Green e Jordan (1999) em "Human Factors in Product Design"

Em resumo, a análise de Green e Jordan (1999) sobre os quatro prazeres destaca que o design vai muito além da estética ou da simples funcionalidade. Um bom design é aquele que entende as complexas camadas de como os humanos interagem com os objetos, de nossas respostas sensoriais e mentais às nossas aspirações e conexões sociais. Compreender e aplicar esses conceitos permite a criação de produtos que não apenas funcionam bem, mas que também enriquecem a vida das pessoas de maneiras significativas.

Com essas definições em mente, podemos tentar identificá-las em produtos e experiências do dia a dia. Um exemplo seria uma cadeira, que se enquadra principalmente no framework do prazer físico. Esse objeto age diretamente nos sentimentos da pessoa que teve contato com ele, e começa a se desencadear nas divisões sensoriais previamente descritas. A experiência de cada um diferirá, até certo ponto.

Figura 16 – Cadeira de plástico



Casa Freitas (2025). Disponível em: <https://www.casafreitas.com.br/cadeira-plastico-branco-sauipe-top-mil/p>

Figura 17 – Cadeira de escritório ergonômica



Amazon (2025). Disponível em <https://www.amazon.com.br/Cadeira-escrit%C3%B3rio-ergon%C3%B4mica-estofa-do-profundo/dp/B0FP4XDWHF>

Figura 18 – Poltrona estofada

Atacarejo dos Imóveis (2025). Disponível em: <https://www.atacarejosmoveis.com.br/sala-de-estar/poltrona-estofa-da-diandra-courino-preto-cia-do-estofado>

A cadeira de bar por exemplo, é um objeto de plástico injetável e empilhável cuja a função é ser armazenado depois do fechamento do bar e por isso é feito em uma peça única, deixando o conforto e a satisfação emocional em um segundo plano. Já uma cadeira de escritório tem como foco a ergonomia e o conforto para uso profissional de longa duração. Essa diferenciação permite a inclusão de partes móveis que personalizam a experiência do usuário até certo ponto, focando em acomodá-lo ao ponto de não atrapalhar no fluxo de trabalho. Por fim, uma poltrona estofada serve o propósito de relaxamento. Sua composição maleável e suave foca diretamente na satisfação sensorial do usuário, com a finalidade de oferecer o máximo de conforto, sem se preocupar muito com ergonomia armazenamento, visto que serve como um objeto de relaxamento, apenas.

Nos próximos capítulos este trabalho pretende aprofundar nas questões que envolvem o design emocional e sensorial, tendo em vista que esse aspecto também é crucial para a análise que pretendemos fazer e a sua importância fundamental para o design gráfico de periódicos.

4.3 Contraponto entre o design emocional e design multisensorial

Ambas as teorias, de Norman (2004) e de Green e Jordan (1999), exploram como as pessoas se conectam emocionalmente com os produtos, mas usam estruturas diferentes que, no entanto, se complementam. A relação entre elas pode ser explicada da seguinte forma:

Tabela 3 – Contraponto entre o design emocional e design multisensorial

Design Emocional	Design Multisensorial	Correlação
Nível Visceral	Prazer Físico	A resposta visceral de Norman (2004) e o prazer físico de Green e Jordan (1999) estão diretamente ligados. Ambos se concentram na reação inicial e sensorial a um produto: a beleza, a sensação ao toque ou o som. É a experiência baseada no nosso corpo, um reflexo instintivo que nos agrada.
Nível Comportamental	Prazer Psicológico	O design comportamental de Norman (2004) se alinha ao prazer psicológico de Green e Jordan (1999). Ambos os conceitos se referem à satisfação que sentimos quando um produto funciona de maneira eficaz e sem esforço, permitindo-nos realizar uma tarefa com sucesso. A satisfação vem da eficiência e da sensação de controle.
Nível Reflexivo	Prazer Ideológico e Prazer Social	O design reflexivo de Norman (2004) se conecta com os prazeres ideológico e social de Green e Jordan (1999). Todos esses conceitos se aprofundam no significado e no valor que um produto carrega. Eles transcendem a funcionalidade e a aparência, explorando como a interação com o produto reforça nossa identidade, valores, status social ou conexões culturais. O prazer, aqui, é subjetivo e pessoal, influenciado por crenças e pela sociedade.

Reprodução própria, com as ideias de Green e Jordan (1999) e Norman (2004)

As teorias de Norman (2004), Green e Jordan (1999) sobre a relação emocional dos usuários com o design de produtos, apesar de usarem nomenclaturas diferentes, se complementam de forma notável. Norman (2004) com sua abordagem de design emocional com três níveis (visceral, comportamental e reflexivo) e Green e Jordan (1999) com os quatro prazeres (físico, psicológico, ideológico e social). Juntas, essas estruturas demonstram que o design de um produto vai muito além de sua função básica, abrangendo aspectos que vão do sensorial ao simbólico.

A compatibilidade entre os modelos fica clara quando se analisa cada ponto. O design visceral de Norman, que trata da reação instintiva à aparência, som ou toque, corresponde diretamente ao prazer físico de Green e Jordan (1999). Um exemplo é a sensação agradável ao segurar um smartphone com acabamento premium. A qualidade percebida não está na funcionalidade, mas na experiência sensorial imediata. Já o design comportamental, que foca na facilidade e eficiência do uso, se alinha ao prazer psicológico. A satisfação de usar um controle remoto intuitivo, cujos botões têm funções claras, é um exemplo de como a eficiência da interação gera uma experiência positiva.

Por fim, o nível de design reflexivo de Norman se conecta com os prazeres ideológico e social de Green e Jordan (1999). Essa camada mais profunda do design diz respeito ao significado e ao valor que um produto tem para nós. A satisfação aqui não vem de quão bem ele funciona, mas do que ele representa. Ter um relógio de uma marca que simboliza sucesso, por exemplo, não é apenas sobre ver as horas; é sobre como a posse desse objeto reforça nossa autoimagem ou nosso status social. O design, nesse nível, se torna uma forma de expressar nossos valores e nossa identidade.

4.4 Comparação entre a análise gráfica convencional e as duas formas de análise emocional.

Finalmente, como citado no capítulo 3, serão feitas as análises dos periódicos do grupo Globo. Foram separadas 3 páginas de cada edição, sendo 3 edições por jornal.

A análise aqui exposta tem como intenção ser totalmente neutra e direta, tendo em vista os aspectos gráficos e suas consequências emocionais no leitor. Será utilizada uma análise gráfica e emocional com o intuito de entender as implicações diretas dos aspectos do design editorial de três jornais do grupo Globo. Serão analisadas as cores, os layouts, a quantidade de texto, como as manchetes são expostas, e as imagens do jornal em questão.

A divisão será feita da seguinte forma:

- 1) Primeiramente, as imagens-fonte usadas para a análise.
- 2) Seguido das imagens, será feita uma delimitação dos grids usados em cada composição, para facilitar o entendimento.
- 3) Em seguida, será feita a análise gráfica delimitada anteriormente (capítulos 2 e 3), com o intuito de sistematizar as ideias contidas em cada edição.
- 4) Enfim, serão feitas as análises emocionais em base da análise gráfica anterior, mas explorando as implicações de cada um dos conceitos na percepção do leitor.

As análises emocionais tendem a ser subjetivas, por mais que tenham sido concebidas com o intuito de neutralidade.

4.4.1 Jornal O Globo - Edição 01/01/2014

O GLOBO
REVEILLON 2014

Um ano de fortes emoções

Festa na Praia de Copacabana reúne cerca de 2 milhões de pessoas e inicia contagem regressiva para a Copa do Mundo, as eleições e a possível volta das manifestações de rua no Brasil

Quanto apostas levam a fuga de R\$ 224,6 bilhões
A Bolsa fechou em queda de 1,1% em 2013, com o Ibovespa encerrando o ano em 120.800 pontos. O volume negociado foi de 1,2 bilhão de ações, com um faturamento de R\$ 1,2 bilhão.

Aperturas na virada
Protestos contra o governo Dilma começaram na noite de 31 de dezembro em São Paulo, Rio de Janeiro e outras cidades. Os manifestantes exigem a renúncia de Dilma e a realização de eleições antecipadas.

São Silvestre de novo nos pés dos quantanos
A festa de São Silvestre em São Paulo reuniu milhares de pessoas na Avenida Paulista. O clima foi de celebração e expectativa para o ano novo.

Retomada faz Bolsa de NY ter maior alta desde 1995
O índice S&P 500 fechou em alta de 1,1% em 31 de dezembro, encerrando o ano em 12.000 pontos. A volatilidade foi alta devido às eleições e ao fim do ano.

Protestos contra Dilma
Manifestações em São Paulo e Rio de Janeiro exigem a renúncia de Dilma Rousseff e a realização de eleições antecipadas.

Schumacher sofre nova operação
O jogador de futebol brasileiro Schumacher sofreu uma nova operação cirúrgica no joelho direito.

Robôs mais parecidos com gente
Pesquisadores criaram robôs que imitam o comportamento humano, tornando-os mais parecidos com seres humanos.

Briga de casal termina com feridos
Um caso de violência doméstica resultou em ferimentos graves para um dos envolvidos.

Estreio de Explorando
O filme 'Explorando' estreou em cartaz, abordando temas de aventura e descoberta.

Quem manda?
Análise sobre o poder e a influência política no Brasil atual.

Planalto
Atualizações e notícias relacionadas ao governo Dilma Rousseff.

Foto Viva
Selecção de imagens e vídeos de destaque do dia.

Loterias
Resultados e informações sobre as loterias nacionais.

DIÁRIO DO LUCRO
Tabela com informações sobre o mercado financeiro e investimentos.

Página 2

Personagens do dia
TWITTER APOSTA NO RIO DE OLHO NA COPA
Culca Morais Júnior
Diretor de Futebol da Fifa, Culca Morais Júnior aposta no Rio de Janeiro para sediar a Copa do Mundo de 2014.

ESCOLTOR GANHA TÍTULO DE NOBREZA
Antony Garnero
O goleiro brasileiro ganhou o título de nobreza por sua atuação durante a Copa do Mundo de 2014.

CANTORA É ALVO DE DUPLA POLÊMICA
Beyoncé Knowles
A cantora americana foi alvo de críticas por sua atuação durante a Copa do Mundo de 2014.

Leão também mente edição
Mônica Brant
A jornalista brasileira foi alvo de críticas por sua atuação durante a Copa do Mundo de 2014.

Leão também mente edição
Mônica Brant
A jornalista brasileira foi alvo de críticas por sua atuação durante a Copa do Mundo de 2014.

Para o Brasil, vitória de Neymar em 2014
A seleção brasileira venceu a Copa do Mundo de 2014, com Neymar sendo o artilheiro.

Dois temas que dominaram
A Copa do Mundo de 2014 e as eleições de 2014 foram os temas dominantes.

Após andar de metrô, Adriano Lima resolve não
O jogador brasileiro decidiu não jogar durante a Copa do Mundo de 2014.

MIKELANZANO
O artista italiano foi alvo de críticas por sua atuação durante a Copa do Mundo de 2014.

Pain promete vingança
O jogador brasileiro prometeu vingança durante a Copa do Mundo de 2014.

Um olho em 2013 e outro em 2014
Análise sobre o ano de 2013 e as expectativas para 2014.

Estreio de Explorando
O filme 'Explorando' estreou em cartaz, abordando temas de aventura e descoberta.

Quem manda?
Análise sobre o poder e a influência política no Brasil atual.

Planalto
Atualizações e notícias relacionadas ao governo Dilma Rousseff.

Foto Viva
Selecção de imagens e vídeos de destaque do dia.

Loterias
Resultados e informações sobre as loterias nacionais.

DIÁRIO DO LUCRO
Tabela com informações sobre o mercado financeiro e investimentos.

País

DEPOIS DAS RUAS

ENTREVISTA Flávio Caetano

'(Manifestações terão) Central de Flágrância'

Flávio Caetano, analista político, discute o cenário político brasileiro após o fim do ano de 2013. Ele aborda temas como as manifestações de rua, o governo Dilma Rousseff e as expectativas para 2014.

“A central terá atendimento com delegados, magistrado, ministro público, defensor 24 horas”

“Se nós aplicarmos a mediação no Brasil, um processo que demora 10 anos hoje, poderia demorar 50 dias”

“Não há dúvida que nosso sistema jurídico garante o duplo grau de jurisdição, que sempre que houver uma decisão cabe um recurso. Agora, não podemos admitir recursos que estorçam o processo”

Flávio Caetano discute a necessidade de uma reforma do Poder Judiciário, propondo a criação de uma central de flágrância para agilizar o processo judicial. Ele também comenta sobre o papel da mídia e a importância da transparência no governo.

Tabela 4 – Análise Gráfica - O Globo Edição 01/01/2014

	Análise Gráfica
Cor	A cor serve como sinal de celebração e credibilidade. O verde e o amarelo no topo evocam valores nacionalistas e festivos (Réveillon, Brasil). O preto do texto e o azul-escuro do cabeçalho simbolizam seriedade, credibilidade e formalidade, ancorando a identidade do jornal diário. Os fogos de artifício na capa trazem cores variadas, simbolizando alegria e espetáculo.
Tipografia	A tipografia é um signo de tradição e autoridade. Os títulos principais usam uma fonte sem serifa forte em caixa alta, transmitindo uma imagem de impacto imediato e contemporaneidade. O corpo do texto usa uma fonte serifada, reforçando a identidade cultural de um jornal tradicional, confiável e, simultaneamente moderna, estabelecendo contraste de estilo.
Imagem	A foto dos fogos na capa é um símbolo da cultura brasileira de celebração, comunicando otimismo para o ano. O desenho do robô (pág 1) e o cartum “Chico” (pág 2) são signos icônicos que adicionam leveza. Na terceira página, a foto do entrevistado em pose formal, com a bandeira, é uma imagem de representação que confere legitimidade e autoridade ao tema político.
Composição	A composição usa um grid modular restrito, conferindo Unidade e Harmonia. A foto principal na capa (fogos) estabelece a hierarquia visual de impacto. O ritmo visual é variado: o topo é denso, a foto central é uma pausa expansiva, e o rodapé é acelerado, dividido em módulos compactos para chamadas, exigindo uma leitura rápida do leitor. A segunda página conta com notícias menores, condensadas em um grid modular, com o intuito de sintetizar várias informações, trazendo quebras de ritmo com imagens. A terceira página segue a ideia de primeira, mas condensando um pouco a imagem. O foco é na grande massa de texto cobrindo a página.

Análise Gráfica - O Globo - Edição 01/01/2014

Tabela 5 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - O Globo Edição 01/01/2014

	Análise Emocional de Norman
Visceral (Estética e Aparência)	O design gera extasiamento e admiração pela grandiosidade da foto de capa. A atração estética inicial, reforçada pelo cabeçalho elegante e pela qualidade de impressão, estabelece a expectativa de que o conteúdo é igualmente valioso e bem-produzido, comunicando urgência e relevância.
Comportamental (Funcionalidade e Uso)	O design é altamente competente e eficaz. O leitor sente controle e ausência de frustração ao navegar pela hierarquia clara. A diagramação limpa facilita a compreensão e a absorção rápida da informação, gerando satisfação pela eficiência e pela facilidade de uso do produto.
Reflexivo (Memória e Significado)	O design evoca a memória de um momento culturalmente significativo (Réveillon, início de um novo ano). O prazer reflexivo é o de pertencimento e a autoafirmação de um leitor que consome uma mídia de autoridade, valorizando a informação aprofundada sobre os eventos nacionais.

Análise Emocional de Norman - O Globo edição 01/01/2014

Tabela 6 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - O Globo Edição 01/01/2014

	Análise Emocional de Jordan
Prazer Físico (Sensorial e Corporal)	Evocado pela experiência tátil e visual de alta qualidade. O alto contraste das fotos e a qualidade da impressão proporcionam um manuseio agradável e visualmente revigorante, distinguindo o jornal das mídias digitais.
Prazer Psicológico (Eficácia e Controle)	Gerado pela satisfação de controle. A Hierarquia e o grid eficiente permitem ao leitor localizar rapidamente qualquer informação (opinião, notícias, chamadas) sem esforço, promovendo uma sensação de competência no consumo da informação
Prazer Ideológico (Valores e Crenças Pessoais)	Reforçado pela identificação com a seriedade e o prestígio do jornal. O design formal e o tom do conteúdo ressoam com o leitor que valoriza a análise aprofundada e a autoridade jornalística, afirmando o valor de consumir uma mídia de referência.
Prazer Social (Interação e Conexão)	O design é um catalisador para interações sociais. As manchetes e os temas complexos são pontos de partida para o debate e o jornal é um objeto que pode ser compartilhado. O leitor se sente preparado e pode partir para uma conversa sobre os grandes eventos nacionais.

Análise Emocional de Jordan - O Globo edição 01/01/2014

4.4.2 Jornal O Globo - Edição 01/06/2014

OLHAR PARA FRENTE
Hora de escrever o futuro

Seleção de Neymar: 64 anos depois, encara o desafio de conquistar para o Brasil seu primeiro Mundial em casa

WALCKE TORCE PARA QUE BRASIL GANHE A TAÇA

MÉXICO E ITÁLIA PERDEM JOGADORES POR FRATURA

FELIPEO DEVE POUPAR THIAGO SILVA DE AMOSTROS

FALTAM 11 DIAS

Uma carro que está sempre aqui. Só se mudou de lugar para ser mais silenciosa e confortável.

Golf

Preço a partir de R\$ 60.990

FERNANDO CALAZANS
A luta não termina

RESENHA

VITÓRIA ANTES DE VIAJAR
CRUZEIRO, ADVERSÁRIO DO BRASIL, DEIXA MAL E FECHA LISTA

TESTE DE CAMARÕES
TIME DE ESTO FEZ A ALEMANHA

ZAGUIERO DE CAMA
MAMPORNEIRO TOLOU TEM MALARA

TABELA DA COPA

OTIMIZANDO O FINAL

QUARTAS DE FINAL

SEMIFINAL

FINAL

Mais sete pontos de entrega de ingressos

Velhos conhecidos COMO EM 2013

No primeiro coletivo, seleção exibe entrosamento ao repor base titular e esquema tático campêlo

SEMANALIZAÇÃO
Semana sob a neblina

Dividido na seleção, Neymar passa primeiros dias na Gringa quase sem perrebo

SEMIFINAL

FINAL

Tabela 7 – Análise Gráfica - O Globo Edição 01/06/2014

	Análise Gráfica
Cor	A cor é o principal elemento de unidade e identidade. O verde e amarelo (cores do Brasil) são onipresentes, utilizados nas legendas do cabeçalho, nas chamadas de título e nos recursos gráficos (como o laço tricolor no canto superior esquerdo de todas as páginas). Isso cria uma unidade temática imediata. O restante da paleta é majoritariamente neutra (preto, branco e cinza), garantindo harmonia e permitindo que as cores do design e das fotografias (bandeiras, uniformes) se destaquem na hierarquia.
Tipografia	A unidade tipográfica é mantida pelo uso de uma fonte serifada tradicional para o corpo de texto, reforçando a seriedade e a legibilidade do jornal. A hierarquia e o movimento são criados pela tipografia de exibição: fontes sem serifa em negrito e caixa alta são usadas para as manchetes principais (“OLHAR PARA FRENTE”, “COMO EM 2013”), contrastando drasticamente com o corpo da matéria e garantindo a síntese da mensagem. O uso de diferentes pesos e tamanhos direciona o leitor do macro (manchetes) para o micro (dados de escalação na página 2).
Imagem	O uso das imagens demonstra uma clara busca por pregnância e movimento. Na capa/página 1, a foto de Neymar de costas com a manchete “OLHAR PARA FRENTE” é altamente sintética, usando um mínimo de elementos para transmitir uma ideia poderosa sobre o futuro. Na página 2, a foto do jogador brasileiro em ação, com o corpo suspenso no ar, injeta movimento no layout. As imagens são usadas não apenas como ilustração, mas como âncoras visuais que, pelo seu tamanho e contraste, estabelecem a hierarquia e atraem o leitor para o conteúdo do texto.
Composição	O balanceamento é rigoroso, utilizando um grid de colunas para organizar tanto o texto quanto o espaço publicitário (página 1, inferior). Há uma clara hierarquia através da divisão em blocos: títulos de impacto e imagens principais, colunas de opinião e chamadas (ao centro) e conteúdo estatístico/publicidade (parte inferior). A página 3 (matéria principal) utiliza um grande “buraco” de imagem no topo para criar impacto e guiar o olhar para o título “VELHOS CONHECIDOS COMO EM 2013”, onde a tipografia grande e em negrito estabelece a hierarquia do conteúdo central.

Tabela 8 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - O Globo Edição 01/06/2014

	Análise Emocional de Norman
Visceral (Estética e Aparência)	A primeira reação é de impacto, urgência e patriotismo. A capa utiliza uma foto de alto contraste de Neymar, molhado e de costas, criando uma sensação de mistério e seriedade. O uso dominante das cores verde e amarelo (tanto no laço superior quanto na camiseta dos jogadores) estimula a emoção instintiva de identificação nacional e celebração. A tipografia grande e em negrito nos títulos principais confere uma sensação de poder e atração imediata, fazendo o leitor parar e prestar atenção. O design comunica visualmente: “Esse é um evento grande e importante.”
Comportamental (Funcionalidade e Uso)	A emoção gerada pelo uso é de competência e confiança. O layout é altamente funcional, seguindo o padrão estabelecido de um jornal tradicional de prestígio. A organização em grids, a hierarquia clara dos títulos e o uso consistente de elementos como a Tabela da Copa minimizam a frustração e facilitam a localização rápida da informação. O leitor sente que o produto é eficiente e confiável para consumir a quantidade abundante de dados da Copa. Há satisfação na capacidade de navegar facilmente por opiniões, notícias e estatísticas.
Reflexivo (Memória e Significado)	Este design evoca emoções de celebração, memória compartilhada e importância histórica. O fato de o jornal dedicar um caderno com essa identidade visual elaborada eleva a percepção de relevância cultural do evento. O leitor não está apenas lendo notícias; ele está participando de um momento coletivo (Copa no Brasil). O design se torna um artefato de memória; as fotos dos jogadores e as manchetes se tornarão lembranças do evento. O design reflexivamente comunica: “Você está vivendo um marco, e este jornal é um registro da sua experiência.”

Análise Emocional de Norman - O Globo edição 01/06/2014

Tabela 9 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - O Globo Edição 01/06/2014

	Análise Emocional de Jordan
Prazer Físico (Sensorial e Corporal)	Este prazer é evocado pela experiência tátil e visual de alta qualidade. A qualidade da impressão e o tipo de papel usado para a edição especial criam uma experiência de manuseio mais agradável (tato), em contraste com o papel jornal padrão. Visualmente, o alto contraste das grandes fotografias coloridas (como a de Neymar em close ou a foto do jogador chutando uma bola na página 3) é revigorante. O cheiro da tinta de impressão e o som das páginas sendo folheadas também contribuem para uma experiência física mais rica e revigorante, tirando o leitor de uma rotina visual monótona.
Prazer Psicológico (Eficácia e Controle)	O design proporciona satisfação através do controle e da eficiência na recuperação da informação. A hierarquia tipográfica e a organização em grids bem definidos permitem ao leitor absorver rapidamente a manchete, saber onde encontrar uma coluna opinativa, ou localizar o grupo do Brasil na tabela da copa. A conveniência de ter múltiplos tipos de informação (opinião, reportagem, estatística) sintetizados em um formato familiar e navegável gera satisfação e ausência de frustração. O leitor se sente competente ao usar o produto.
Prazer Ideológico (Valores e Crenças Pessoais)	O uso dominante das cores nacionais e o foco intenso na seleção brasileira refletem o valor ideológico de patriotismo e união em torno do esporte. Para um leitor que valoriza a seriedade e a profundidade jornalística, a presença de colunas de opinião e a diagramação tradicional do jornal conferem um prazer ideológico de consumir uma fonte de informação prestigiada e de alta relevância social.
Prazer Social (Interação e Conexão)	O design atua como um catalisador para interações sociais. O jornal, como mídia impressa, é frequentemente um objeto compartilhado. A tabela da copa (página 2) e as estatísticas dos jogadores (página 3) tornam-se ferramentas de conversa em casa, no trabalho ou no bar. O design permite que as pessoas apontem para a tabela, discutam a manchete ou comparem a escalação. Ao consumir o conteúdo de um veículo de grande circulação, o leitor sente o prazer de fazer parte de uma conversa nacional e de ter o vocabulário (nomes, placares, opiniões) necessário para interagir com o seu círculo social.

Análise Emocional de Jordan - O Globo edição 01/06/2014



Grids do Jornal O Globo (2014). Manipulação própria.

Tabela 10 – Análise Gráfica - O Globo Edição 05/10/2014

	Análise Gráfica
Cor	A paleta de cores é intencionalmente sóbria e dramática, dominada pelo preto, branco e o contraste azul escuro do cabeçalho, o que reforça o valor cultural de seriedade e autoridade. O forte contraste das silhuetas dos candidatos contra o fundo branco na capa cria uma atmosfera visual de tensão, mistério e decisão, perfeitamente coerente com o momento crucial de uma eleição acirrada. As poucas cores nos gráficos (vermelho, verde, azul) são usadas de forma funcional e com alto impacto visual para destacar cada candidato.
Tipografia	A tipografia atua como um signo visual de dualidade entre urgência e credibilidade. Os títulos principais nas páginas 1 e 3 utilizam uma fonte sem serifa forte em caixa alta, criando uma imagem de impacto imediato e urgência, essencial para os destaques eleitorais. Em contraste, o uso da tradicional fonte serifada no corpo do texto e nas colunas de opinião reforça a identidade cultural de um jornalismo analítico e confiável, estabelecendo um equilíbrio entre a necessidade de informar o acontecimento e a seriedade da análise.
Imagem	As imagens funcionam como representações simbólicas do discurso político. As silhuetas dos três candidatos na capa são signos icônicos que comunicam visualmente a tensão e a indecisão da eleição, sintetizando a disputa sem o detalhe da cor. Os gráficos de linha na página 3, com suas curvas, são representações visuais da volatilidade das pesquisas, tornando dados complexos em informação acessível. Já as caricaturas e o cartum servem como signos humorísticos e críticos para comentar as polêmicas da campanha.
Composição	A composição é regida por um grid modular estrito que utiliza o contraste entre cheios e vazios para hierarquizar a informação. A hierarquia visual é estabelecida de forma dramática na capa pelas silhuetas que ocupam o plano principal, centralizando a atenção do leitor na indefinição política. O ritmo visual é intencionalmente pausado e grave nas imagens e manchetes principais, e torna-se acelerado e denso nas chamadas modulares e na base da página, onde os blocos de texto e gráficos reunidos sugerem uma leitura rápida de assimilação.

Tabela 11 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - O Globo Edição 05/10/2014

	Análise Emocional de Norman
Visceral (Estética e Aparência)	O design da capa, com silhuetas em alto contraste, gera uma resposta instintiva de seriedade, tensão e apreensão, coerente com a gravidade do momento eleitoral. O forte impacto visual e a sobriedade das cores instigam a mente a focar imediatamente na manchete principal. O leitor é atraído por uma estética que comunica um evento dramático e de alto risco para o futuro do país, forçando a atenção.
Comportamental (Funcionalidade e Uso)	O design é altamente funcional e eficaz, gerando o prazer da ausência de frustração em um momento de sobrecarga informativa. A hierarquia clara e a organização modular das “Frases das eleições” na página 2 permitem ao leitor localizar e assimilar rapidamente os fatos mais relevantes e a posição de cada candidato. Essa clareza na navegação e absorção da informação complexa valida a eficiência e a usabilidade do produto.
Reflexivo (Memória e Significado)	O design atua como a memória de um momento cívico crucial, elevando o evento a um patamar de importância histórica. O leitor sente o prazer de engajamento cívico e a autoafirmação de quem valoriza o consumo de um jornalismo que não apenas noticia, mas reflete sobre a democracia e a ética política. O periódico se torna um artefato que registra a participação do leitor em um debate de relevância nacional.

Análise Emocional de Norman - O Globo edição 05/10/2014

Tabela 12 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - O Globo Edição 05/10/2014

	Análise Emocional de Jordan
Prazer Físico (Sensorial e Corporal)	O prazer físico é de contemplação e seriedade tátil. O alto contraste dramático e a diagramação minimalista na capa convidam o leitor a uma experiência visual focada, em vez de dispersa, o que é sensorialmente instigante. O ato de manusear e absorver um produto físico que comunica tanta gravidade e prestígio proporciona um sentimento distinto de conexão com o material informativo.
Prazer Psicológico (Eficácia e Controle)	Gerado pela satisfação intelectual e de controle. O formato de gráficos na página 3 e a síntese das “Frases das eleições” permitem ao leitor dominar e entender rapidamente a complexidade e a volatilidade da campanha eleitoral. O leitor se sente competente ao desvendar o cenário político, minimizando a ansiedade e a confusão típicas de um dia de votação.
Prazer Ideológico (Valores e Crenças Pessoais)	Reforçado pela identificação com a democracia e a fiscalização. Na capa, o foco nas “delações premiadas sobre desvios bilionários na Petrobras” ressoa com o leitor que valoriza a transparência e o combate à corrupção. O consumo deste design e conteúdo afirma o valor ético e a importância do debate sério na esfera pública.
Prazer Social (Interação e Conexão)	O design é um catalisador para a discussão cívica imediata. As manchetes sobre o segundo turno acirrado, os escândalos e os gráficos de pesquisa tornam-se munição e ponto de partida para o debate social e a conversa pública. O leitor adquire o vocabulário e os dados necessários para se sentir preparado para interagir e expressar sua opinião em seu círculo social.

Análise Emocional de Jordan - O Globo edição 05/10/2014



Grids do Jornal Extra (2014). Manipulação própria.

Tabela 13 – Análise Gráfica - Extra Edição 01/02/2014

	Análise Gráfica
Cor	A paleta é dominada por cores de alto impacto, como vermelho, amarelo vivo e verde esmeralda, o que é um signo cultural de informalidade, urgência e apelo popular. A cor não busca a sobriedade, mas sim a visibilidade máxima em bancas. O uso do verde e amarelo nas páginas internas, especialmente na segunda página, evoca fortemente o nacionalismo festivo, estabelecendo um diálogo cultural direto com a emoção popular. Além disso, o rosa na terceira página evidencia uma quebra no editorial forte e tenso dominado pelo vermelho e preto, sinalizando uma seção diferente do jornal, mas ainda mantendo o apelo popular.
Tipografia	A tipografia é um signo de imediatismo e comunicação direta. Predominam fontes sem serifa grossas, condensadas e em caixa alta, que funcionam visualmente como um chamariz visual. Essa escolha tipográfica comunica uma identidade cultural popular e acessível, valorizando a força do grito sobre a sutileza da análise, em contraste direto com a formalidade de um jornal de elite.
Imagem	As imagens são representações de situações cotidianas ou de ícones populares. A foto da primeira página (homem com celular e o Extra) é uma imagem-símbolo da vida urbana e da tecnologia popular, comunicando a acessibilidade do jornal. A bandeira do Brasil na segunda página atua como signo icônico de paixão nacional. O uso do fotolito com borda rosa na terceira página segmenta a audiência e usa a cor para sinalizar um assunto mais leve ou feminino no contexto da cultura popular.
Composição	O design opera com um grid menos formal e mais flexível que o O Globo, visando a máxima Síntese e impacto. A hierarquia visual é estabelecida pelo tamanho colossal das manchetes e pelo uso de chamarizes visuais como setas e caixas coloridas. O ritmo visual é intencionalmente acelerado, com muitas manchetes, fotos e blocos de texto pequenos e variados, forçando o leitor a escanear a página de forma rápida e dispersa.

Análise Gráfica - Extra edição 01/02/2014

Tabela 14 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - Extra Edição 01/02/2014

	Análise Emocional de Norman
Visceral (Estética e Aparência)	O design gera uma resposta instintiva de curiosidade e urgência. As cores fortes e o tamanho das manchetes causam um impacto imediato e estimulante, atraindo a atenção na banca. A emoção primária é de seriedade nos temas (como a tragédia, se presente) combinada com a atração por temas de interesse imediato e popular, prometendo uma leitura direta e sem rodeios.
Comportamental (Funcionalidade e Uso)	O design é altamente funcional para o leitor de passagem. O prazer psicológico de controle é dado pela capacidade de filtrar a informação rapidamente: o leitor consegue saber os destaques da notícia em segundos, lendo apenas a manchete gigante. A diagramação permite a leitura rápida em ambientes urbanos, como transporte público, gerando satisfação pela eficiência no consumo de múltiplos temas.
Reflexivo (Memória e Significado)	O design evoca a identidade cultural popular do leitor. O prazer reflexivo é o de pertencimento a uma comunidade que compartilha os mesmos temas e a mesma linguagem, frequentemente associada ao Rio de Janeiro. A tipografia e o tom informal reforçam a autoafirmação do leitor que valoriza a notícia prática, popular e direta, diferente do jornalismo formal.

Análise Emocional de Norman - Extra edição 01/02/2014

Tabela 15 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - Extra Edição 01/02/2014

	Análise Emocional de Jordan
Prazer Físico (Sensorial e Corporal)	O prazer é de experiência tátil e visual intensa. O formato tabloide (se aplicável) e as cores vibrantes proporcionam uma sensação de vivacidade. A leitura é uma experiência rápida e energética, diferente da contemplação calma, adequada ao consumo em movimento e gerando satisfação pela dose rápida de informação sensorial.
Prazer Psicológico (Eficácia e Controle)	Gerado pela satisfação de estar por dentro dos assuntos do dia, de forma imediata. O leitor sente-se competente ao absorver rapidamente a essência das notícias mais importantes, desde tragédias até temas leves. A segmentação dos cadernos (como a terceira página com borda rosa) proporciona o prazer de navegar facilmente para o tipo de conteúdo desejado.
Prazer Ideológico (Valores e Crenças Pessoais)	Reforçado pela identificação com a voz popular. O design e a manchete informal ressoam com o leitor que valoriza a linguagem direta, sem floreios intelectuais, e a cobertura de temas que afetam diretamente o cotidiano da população de baixa e média renda. O jornal cumpre a promessa de ser a extensão do diálogo popular.
Prazer Social (Interação e Conexão)	O design é um excelente catalisador social. As manchetes diretas e bombásticas são pontos de partida óbvios para a conversa e a fofoca social (e-mail), facilitando a interação. O periódico se torna um objeto de interesse comum e imediato em ônibus, filas e ambientes de trabalho, permitindo ao leitor se sentir engajado e conectado com os temas discutidos na comunidade.

Análise Emocional de Jordan - Extra edição 01/02/2014



Grids do Jornal Extra (2014). Manipulação própria.

Tabela 16 – Análise Gráfica - Extra Edição 01/06/2014

	Análise Gráfica
Cor	A cor é utilizada como um signo de celebração intensa e calor popular, com o uso agressivo do verde e amarelo nas chamadas e caixas de texto, especialmente na capa (Neymar). Esta paleta evoca o patriotismo festivo da Copa do Mundo, estabelecendo uma comunicação cultural de entusiasmo e participação. Em contraste, a página de reportagem social (pág. 3) adota tons mais sóbrios para transmitir a gravidade do tema (falta de registro), equilibrando a identidade festiva com a função social.
Tipografia	A tipografia é um signo visual de voz alta e imediatismo, utilizando massivamente fontes sem serifa pesadas e condensadas em títulos e chamadas. Essa escolha tipográfica cria uma imagem de comunicação popular, acessível e assertiva, que reflete a identidade cultural de um veículo que fala diretamente com o leitor comum. O contraste é feito pelo uso de serifadas em colunas de opinião, indicando credibilidade em meio à informalidade geral.
Imagem	As imagens funcionam como representações simbólicas e emocionais. A foto de Neymar na capa é um signo icônico de paixão e irreverência, representando o entusiasmo do brasileiro pela Copa, e não apenas o atleta. Já as fotos da reportagem social (pág. 3) são representações de vulnerabilidade e drama humano (crianças chorando, famílias humildes), comunicando a urgência da crise social e estimulando a empatia.
Composição	A composição é regida por um grid altamente flexível e caótico, que visa a máxima densidade informativa e atração. A hierarquia visual é estabelecida pelo tamanho colossal da foto de Neymar e pelo uso de cores vibrantes nas manchetes, priorizando a informação que gera o maior apelo emocional imediato. O ritmo visual é intencionalmente acelerado e dispersivo, com múltiplos blocos de diferentes tamanhos e temas por página, forçando uma leitura rápida, mas garantindo que o leitor encontre algo de interesse em qualquer ponto da página.

Análise Gráfica - Extra edição 01/06/2014

Tabela 17 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - Extra Edição 01/06/2014

	Análise Emocional de Norman
Visceral (Estética e Aparência)	O design gera uma resposta instintiva de excitação e atração, especialmente na capa, com a grande foto colorida e o uso agressivo do verde-amarelo. Essa estética vibrante atrai o olhar e comunica uma promessa de entretenimento e notícias impactantes. Em contraste, a sobriedade da página social gera uma resposta visceral de tristeza e empatia, forçando o leitor a reconhecer o drama humano.
Comportamental (Funcionalidade e Uso)	O design é funcional para a leitura rápida e seletiva, gerando o prazer psicológico de controle sobre a vasta informação. O leitor consegue, em segundos, identificar a classificação do Brasil na Copa, as notícias de utilidade pública e os temas sociais. A eficiência com que o jornal entrega manchetes claras, mesmo com um layout denso, minimiza a frustração e satisfaz o desejo de se manter informado rapidamente.
Reflexivo (Memória e Significado)	O design evoca a identidade popular e o engajamento com o cotidiano. O prazer reflexivo é o de pertencimento a um grupo social que valoriza tanto a paixão pelo futebol quanto a preocupação com as questões da comunidade (crianças sem registro). O jornalismo do Extra se torna um reflexo da realidade complexa do seu público, equilibrando diversão e dever cívico.

Análise Emocional de Norman - Extra edição 01/06/2014

Tabela 18 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - Extra Edição 01/06/2014

	Análise Emocional de Jordan
Prazer Físico (Sensorial e Corporal)	O prazer é de experiência tátil energética e estimulante. O uso de cores vibrantes e o formato de manchetes gigantes proporcionam uma dose rápida de estímulo sensorial. A leitura é uma experiência rápida, direta e sem rodeios, ideal para o consumo em movimento, gerando satisfação pela sua vivacidade visual.
Prazer Psicológico (Eficácia e Controle)	Gerado pela satisfação de estar informado de forma imediata e eficaz. O leitor sente-se competente ao absorver os múltiplos temas em pouco tempo, desde a notícia sobre o “Batalhão da Copa” até a coluna de utilidade pública. A clareza nas chamadas de serviço (pág. 2) confere controle e conveniência no acesso à informação prática.
Prazer Ideológico (Valores e Crenças Pessoais)	Reforçado pela identificação com os temas do povo e a linguagem direta. O design ressoa com o leitor que valoriza a cobertura social e as causas urbanas (crianças sem registro), além da paixão pelo esporte. O jornal afirma o valor de ser um veículo acessível e engajado com os problemas concretos da sua comunidade, atendendo à crença na importância da justiça social.
Prazer Social (Interação e Conexão)	O design é um catalisador social por excelência. Os temas de alto apelo emocional (Neymar, Copa, drama social) são pontos de partida óbvios para a conversa e a partilha de opiniões. O periódico é um objeto de interesse comum que fornece os dados e a narrativa necessários para o leitor se sentir engajado e conectado com os debates na fila, no trabalho ou no ônibus.

Análise Emocional de Jordan - Extra edição 01/06/2014



Grids do Jornal Extra (2014). Manipulação própria.

Tabela 19 – Análise Gráfica - Extra Edição 01/10/2014

	Análise Gráfica
Cor	A cor é um signo de alarme e urgência, com o vermelho e o amarelo dominando a capa e as chamadas, especialmente na grande borda vermelha que enquadra a manchete principal. O vermelho evoca a tensão, o perigo e a urgência da notícia, reforçando a comunicação cultural de um jornalismo que atua como alerta social. O uso do rosa na terceira página segmenta o conteúdo para temas de lazer e entretenimento popular.
Tipografia	A tipografia é um signo visual de voz alta e imediatismo popular. O uso predominante de fontes sem serifa extremamente grossas e condensadas nos títulos cria uma imagem de grito e comunicação frontal, coerente com a identidade cultural de um veículo que prioriza a notícia bombástica. O contraste com a fonte serifada em colunas (pág. 2) é sutil, mas necessário para manter um elo com a credibilidade jornalística de análise.
Imagem	As imagens agem como representações de confronto e segmentação. A foto principal na capa (ou a que ilustra a notícia mais urgente) funciona como um signo icônico de drama, comunicando a tensão da segurança pública. As charges na página 2 atuam como signos humorísticos e críticos, permitindo que o jornal comente a política de forma acessível. O uso de fotos de celebridades (pág. 3) é uma representação da cultura de consumo e lazer, segmentando o discurso do cotidiano sério para o entretenimento.
Composição	A composição utiliza um grid altamente dinâmico e quebrado, projetado para o máximo apelo visual e a rápida absorção da informação. A hierarquia visual é estabelecida pelo tamanho colossal da manchete principal e pelo uso de grandes blocos de imagens e textos em alto contraste. O ritmo visual é frenético e acelerado, com a página 2 misturando serviços (Bom Dia Rio!), previsão do tempo e colunas de opinião, encorajando que o leitor salte rapidamente de um bloco informativo para outro.

Análise Gráfica - Extra edição 01/10/2014

Tabela 20 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - Extra Edição 01/10/2014

	Análise Emocional de Norman
Visceral (Estética e Aparência)	O design gera uma resposta instintiva de alerta e urgência, impulsionada pelo uso massivo do vermelho na capa e pelas manchetes em tamanho colossal. Essa estética vibrante atrai o olhar e comunica uma promessa de notícia de vida ou morte e de relevância imediata para a segurança. A emoção primária é a apreensão misturada à curiosidade pelo que a manchete explosiva irá revelar.
Comportamental (Funcionalidade e Uso)	O design é altamente funcional para o leitor que busca informação rápida e prática, gerando o prazer psicológico de controle. A estrutura modular da página 2, com serviços, horóscopo e previsão do tempo, permite ao leitor obter dados práticos para o seu dia rapidamente. A eficiência com que o jornal entrega manchetes claras, mesmo com temas complexos, minimiza a frustração.
Reflexivo (Memória e Significado)	O design evoca a identidade da comunidade urbana e suas tensões. O prazer reflexivo é o de pertencimento a um grupo social que reconhece e discute abertamente os problemas de segurança pública e custo de vida. A leitura deste jornal é uma autoafirmação daquele que está “antenado” e que se identifica com o jornalismo que dá voz aos assuntos de primeira mão da população comum.

Análise Emocional de Norman - Extra edição 01/10/2014

Tabela 21 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - Extra Edição 01/10/2014

	Análise Emocional de Jordan
Prazer Físico (Sensorial e Corporal)	O prazer é de experiência tátil energética e estimulante. O alto uso de cores de impacto e o formato tabloide proporcionam uma dose rápida de estímulo sensorial. A leitura é uma experiência rápida e direta, gerando satisfação pela sua vivacidade visual e pela sensação de ter absorvido a essência do dia em poucos minutos.
Prazer Psicológico (Eficácia e Controle)	Gerado pela satisfação de estar informado de forma imediata e competente. O leitor sente-se controlado e eficiente ao usar a página 2, que concentra dados essenciais de utilidade pública (serviços, tempo, horóscopo). A clareza de chamadas permite navegar com conveniência entre a gravidade da notícia e o lazer.
Prazer Ideológico (Valores e Crenças Pessoais)	Reforçado pela identificação com os temas do cotidiano e a transparência. O design ressoa com o leitor que valoriza a cobertura dos problemas de segurança e o cuidado com as informações práticas. O jornal afirma o valor de ser um veículo acessível e engajado com os desafios concretos da vida urbana, atendendo à crença na importância da informação utilitária.
Prazer Social (Interação e Conexão)	O design é um catalisador social por excelência. As manchetes diretas e a cobertura de escândalos e celebridades (página 3) são pontos de partida óbvios para a conversa e o comentário social. O periódico fornece o vocabulário e a narrativa para o leitor se sentir engajado e conectado com os debates urgentes e os temas de lazer de sua comunidade.

Análise Emocional de Jordan - Extra edição 01/10/2014

4.4.7 Jornal Valor Econômico - Edição 04/04/2023



Reforma do ensino será refinada? Fuso entre UFC e WVE cria gigante de conteúdo esportivo de US\$ 2,4 bilhão

Proposta de arcabouço fiscal é muito mais detalhada e econômica e realista do que a atual, diz Guilherme Mello A4

Petróleo sobe, pressiona juro e testa a política da Petrobras

Em meio a uma semana de alta, o petróleo sobe e pressiona o juro, testando a política da Petrobras.

Governo prevê fazer correção tributária

O governo prevê fazer correção tributária para equilibrar as contas públicas.

Natura vende Aesop à L'Oréal

A Natura vendeu a marca Aesop para a L'Oréal, fechando um negócio de bilhões de dólares.

Paciência e serenidade

Em meio a uma semana de alta, a paciência e serenidade são essenciais para os investidores.

Nova proposta de tributação de Bitcoin

Uma nova proposta de tributação de Bitcoin foi apresentada, visando reduzir a carga tributária.

Bitcoin chega a +63,80% e é a renda variável que mais valorizou em 2023

Bitcoin chegou a uma alta de 63,80% em 2023, tornando-se a renda variável que mais valorizou.

Indicadores

Table with financial indicators such as Ibovespa, Dólar, and Inflation rates.

Brasil: O frágil mercado de trabalho nordestino

Em meio a uma semana de alta, o mercado de trabalho nordestino continua frágil.

Governo quer adiar novo ensino médio, e especialistas pedem freio de arrumação

O governo quer adiar o novo ensino médio, enquanto especialistas pedem cautela.

Governo quer reduzir dependência externa da saúde

O governo quer reduzir a dependência externa da saúde, buscando fortalecer a indústria nacional.

Índice de empresas citadas em textos nesta edição

Table listing companies mentioned in the text, such as Petrobras, Natura, and others.

Assine Valor

Assine Valor e receba o jornal em casa. Contato: 0800-700000, assinavelo.com.br

Brasil: Conjuntura Para Guilherme Mello, aponta na união de responsabilidades social e fiscal ganha força com arcabouço 'Conversa da dívida pública tomou outro rumo'

Conjuntura Para Guilherme Mello, aponta na união de responsabilidades social e fiscal ganha força com arcabouço 'Conversa da dívida pública tomou outro rumo'

Em meio a uma semana de alta, a conversa da dívida pública tomou outro rumo.

Em meio a uma semana de alta, a conversa da dívida pública tomou outro rumo.

Em meio a uma semana de alta, a conversa da dívida pública tomou outro rumo.

Em meio a uma semana de alta, a conversa da dívida pública tomou outro rumo.

Em meio a uma semana de alta, a conversa da dívida pública tomou outro rumo.

Queda da importação ajuda balança a ter superávit recorde no 1º trimestre

A queda da importação ajudou a balança comercial a atingir um superávit recorde no primeiro trimestre.

A queda da importação ajudou a balança comercial a atingir um superávit recorde no primeiro trimestre.

A queda da importação ajudou a balança comercial a atingir um superávit recorde no primeiro trimestre.

Conjuntura Para Guilherme Mello, aponta na união de responsabilidades social e fiscal ganha força com arcabouço 'Conversa da dívida pública tomou outro rumo'

Conjuntura Para Guilherme Mello, aponta na união de responsabilidades social e fiscal ganha força com arcabouço 'Conversa da dívida pública tomou outro rumo'

Em meio a uma semana de alta, a conversa da dívida pública tomou outro rumo.

Em meio a uma semana de alta, a conversa da dívida pública tomou outro rumo.

Em meio a uma semana de alta, a conversa da dívida pública tomou outro rumo.

The image displays a grid of newspaper pages from Valor Econômico. The top row features the masthead 'Valor Econômico' and several headlines: 'Reforma do arcabouço fiscal já mudou o debate econômico e reduziu metas de inflação', 'Proposta de arcabouço fiscal já mudou o debate econômico e reduziu metas de inflação', 'Governo prevê fazer correção tributária', 'O frágil mercado de trabalho nordestino', and 'Governo quer adiar novo ensino médio, e especialistas pedem freio de arrumação'. The middle row includes 'Petróleo sobe, pressiona juro e testa a política da Petrobras', 'Nova proposta das Americanas', 'Proteção e sereno', and 'Natura vende Aesop à L'Oréal'. The bottom row features a large infographic titled 'Bitcoin chega a +63,80% e é a renda variável que mais valorizou em 2023', which includes a table of financial data and a QR code. Other visible headlines include 'Quase metade das inscrições em Bolsa Família caíram em 2023' and 'Índice de empresas citadas em taxões nesta edição'.

The image displays a grid of newspaper pages from Valor Econômico. The top row features the masthead 'Valor Econômico' and a headline: 'Conversa Para Guilherme Mello, aponta na união de responsabilidades social e fiscal ganha força com arcabouço "Conversa da dívida pública tomou outro rumo"'. The middle row includes 'Queda da importação ajuda balança a ter superávit recorde no 1º trimestre' and 'Cenário amplia desafios para empresas menores'. The bottom row features a table titled 'Subsídio recorde' and 'US\$ 163 bilhões' and 'US\$ 126,6 bilhões'. The infographic includes a bar chart showing import and export values and a QR code.

Grids do Jornal Valor Econômico (2023). Manipulação própria.

Tabela 22 – Análise Gráfica - Valor Econômico Edição 04/04/2023

	Análise Gráfica
Cor	A paleta é dominada pelo preto e branco, ancorada no azul escuro/cinza da identidade visual, funcionando como um signo de sobriedade, formalidade e credibilidade no ambiente de negócios. O uso de cores adicionais é restrito e reservado para elementos funcionais como gráficos ou destaques de títulos, comunicando que a informação é priorizada sobre a emoção visual e reforçando o valor cultural do rigor e da seriedade.
Tipografia	A tipografia é um signo visual de rigor técnico e longevidade. O corpo de texto utiliza uma fonte serifada clássica, comunicando confiabilidade e autoridade, sendo a imagem de um veículo premium e tradicionalmente analítico. Os títulos principais usam sem serifa forte para clareza imediata, reforçando a identidade de jornal de negócios que equilibra seriedade na análise com assertividade na manchete.
Imagem	As imagens (fotografias de entrevistados e infográficos) funcionam primariamente como representações de autoridade e evidência. As fotos de líderes políticos e executivos atuam como um signo de credibilidade, ancorando a informação técnica em figuras de poder e análise. Os infográficos e gráficos de mercado são representações de dados que guiam decisões estratégicas, comunicando a ideia de que a informação é baseada em fatos e rigor técnico.
Composição	A composição é regida por um grid altamente rígido, formal e denso, com colunas bem delimitadas, refletindo a necessidade de acomodar uma alta densidade de análises e reportagens complexas. A hierarquia visual é estabelecida pela clareza das seções (manchete principal no topo) e pela disposição metódica de chamadas, gráficos e tabelas. O ritmo visual é intencionalmente lento e analítico, exigindo do leitor uma leitura concentrada e profunda, coerente com o conteúdo especializado.

Análise Gráfica - Extra edição 01/10/2014

Tabela 23 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - Valor Econômico Edição 04/04/2023

	Análise Emocional de Norman
Visceral (Estética e Aparência)	O design sóbrio, formal e a organização impecável geram uma resposta instintiva de respeito, confiança e calma, distanciando-se da urgência e do sensacionalismo de outros veículos. A estética do periódico comunica maturidade e confiabilidade na abordagem de temas complexos, como a política econômica e o mercado financeiro, instigando o leitor a uma atitude de análise fria dos fatos.
Comportamental (Funcionalidade e Uso)	O design é funcional para o leitor que busca compreender a complexidade do mercado. O prazer psicológico é de domínio e competência sobre a informação analítica e estratégica, oferecido pela organização em colunas e seções temáticas. Essa estrutura metódica facilita a eficiência na absorção de conhecimento aprofundado, minimizando a frustração ao lidar com alta densidade de texto técnico.
Reflexivo (Memória e Significado)	O design evoca a identidade de elite profissional e influenciador. O prazer reflexivo é o de pertencimento a um grupo que consome informação estratégica e analítica, reforçando a autoimagem de leitor informado, crítico e tomador de decisões no ambiente de negócios. O jornal atua como um símbolo de engajamento com as questões centrais da economia.

Análise Emocional de Norman - Extra edição 01/10/2014

Tabela 24 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - Valor Econômico Edição 04/04/2023

	Análise Emocional de Jordan
Prazer Físico (Sensorial e Corporal)	O prazer é de imposição intelectual e contemplação analítica. A experiência não é de leitura rápida, mas de envolvimento profundo com o material denso em texto e rico em dados. O design da experiência convida a uma leitura calma e em ambiente adequado para a absorção de conteúdo complexo, gerando uma satisfação relacionada ao esforço intelectual.
Prazer Psicológico (Eficácia e Controle)	Gerado pela satisfação intelectual e de controle ao compreender temas complexos e críticos para o sucesso financeiro. O leitor obtém controle e conveniência ao receber análises de alta qualidade que são insumos diretos para decisões importantes, sentindo-se competente e bem equipado para o dia a dia do mercado.
Prazer Ideológico (Valores e Crenças Pessoais)	Reforçado pela identificação com os valores de rigor fiscal, análise baseada em dados e boa governança. O jornal afirma o valor da informação técnica e da discussão qualificada sobre a sustentabilidade econômica e a regulamentação do mercado, espelhando o desejo do leitor por um ambiente de negócios estável e transparente.
Prazer Social (Interação e Conexão)	O periódico é um instrumento de distinção e networking. O leitor obtém a narrativa e os dados técnicos mais relevantes para participar de discussões de alto nível em reuniões de negócios e eventos. Isso pode passar a ideia de qualificação profissional como alguém que detém informação estratégica e de alta relevância.

Análise Emocional de Jordan - Extra edição 01/10/2014



Grids do Jornal Valor Econômico (2024). Manipulação própria.

Tabela 25 – Análise Gráfica - Valor Econômico Edição 11/09/2024

	Análise Gráfica
Cor	A paleta é dominada pelo preto e branco, mantendo o azul escuro/cinza na marca e em elementos institucionais, atuando como um signo de sobriedade, formalidade e credibilidade no mercado de negócios. O uso de cores vibrantes é altamente restrito e reservado apenas para elementos funcionais de gráficos ou chamadas. Culturalmente, reforça a valorização da análise fria e técnica em detrimento da emoção.
Tipografia	A tipografia é um signo de rigor técnico e longevidade. O corpo de texto utiliza uma fonte serifada clássica, comunicando confiabilidade e autoridade, sendo a imagem de um veículo premium e tradicionalmente analítico. Os títulos principais usam fonte sem serifa forte para clareza e assertividade, reforçando a identidade de jornal especializado que se posiciona como fonte final em assuntos complexos.
Imagem	As imagens (fotografias de figuras públicas e gráficos) atuam como representações de autoridade e evidência. As fotos de líderes políticos e executivos funcionam como um signo de credibilidade, ancorando a informação em figuras de poder e análise. Os infográficos são representações de dados que guiam decisões estratégicas, comunicando a ideia de que a informação é objetiva e baseada em fatos.
Composição	A composição é pautada por um grid rígido, formal e denso, com colunas bem delimitadas, que reflete a necessidade de acomodar uma alta quantidade de informação analítica e detalhada. A hierarquia visual é clara, com a manchete principal no topo da capa, seguida por chamadas secundárias e pela organização densa das páginas internas (páginas 2 e 3). O ritmo visual é intencionalmente lento e analítico, exigindo leitura focada.

Análise Gráfica - Extra edição 01/10/2014

Tabela 26 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - Valor Econômico Edição 11/09/2024

	Análise Emocional de Norman
Visceral (Estética e Aparência)	O design sóbrio e a organização formal geram uma resposta instintiva de respeito, confiança e calma, distanciando-se do sensacionalismo e da urgência visual de veículos populares. A estética comunica maturidade e confiabilidade na abordagem de temas complexos, como a política e o mercado, instigando o leitor a uma atitude de análise racional.
Comportamental (Funcionalidade e Uso)	O design é altamente funcional para o leitor que busca informação estratégica e aprofundada. O prazer psicológico é de domínio e competência sobre a informação analítica, obtido pela estrutura metódica em colunas e seções temáticas. Essa organização facilita a eficiência na absorção do conhecimento denso, minimizando a frustração e gera satisfação pelo controle.
Reflexivo (Memória e Significado)	O design evoca a identidade de elite profissional e influenciador. O prazer reflexivo é o de pertencimento a um grupo que consome informação de alta qualidade, reforçando a autoimagem de um leitor estratégico e engajado com as questões centrais da economia e política fiscal. O jornal se torna um símbolo de status social e conhecimento especializado.

Análise Emocional de Norman - Extra edição 01/10/2014

Tabela 27 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - Valor Econômico Edição 11/09/2024

	Análise Emocional de Jordan
Prazer Físico (Sensorial e Corporal)	O prazer é de envolvimento intelectual e contemplação analítica. A experiência exige foco e envolvimento com o material denso em análises e dados, não sendo uma leitura rápida. A satisfação está ligada ao sentimento de ter decifrado e compreendido informações complexas, um prazer decorrente do esforço cognitivo e da alta qualidade do material impresso.
Prazer Psicológico (Eficácia e Controle)	Gerado pela satisfação intelectual e a sensação de controle ao entender cenários complexos do mercado e da política. O leitor obtém conveniência ao ter análises prontas que servem de insumo direto para decisões importantes, aumentando sua percepção de competência e preparo no ambiente de negócios.
Prazer Ideológico (Valores e Crenças Pessoais)	Reforçado pela identificação com os valores de seriedade, rigor técnico e análise baseada em fatos. O jornal afirma o valor da informação técnica e da discussão qualificada sobre a sustentabilidade econômica, espelhando a crença do leitor na importância do planejamento e da estabilidade regulatória e fiscal.
Prazer Social (Interação e Conexão)	O periódico serve como um instrumento de distinção social e filtro de informações irrelevantes para o pretexto profissional. O leitor obtém a narrativa e os dados técnicos mais relevantes para participar de discussões de alto nível em reuniões de negócios e eventos, reforçando seu status social e profissional como alguém que detém informação estratégica e de alta relevância.

Análise Emocional de Jordan - Extra edição 01/10/2014

4.4.9 Jornal Valor Econômico - Edição 25/03/2023

Investimentos
Muitos negócios não se preparam para a virada do mercado, diz Pedro Salles, de R\$ 136,2 bilhões AS

Contas públicas
O governo eleva a projeção para o déficit primário de 2023 para R\$ 107,8 bilhões AS

Startup
A Flor e Fruto ajuda a conectar pequenos produtores rurais, diz Juliana Romeiro, uma das fundadoras R9

Valor
ECONOMICO

Receita propõe que consumidor pague imposto antecipado em 'marketplaces'

Varjo Novo modelo não altera tributo previsto em lei nem taxa, mas poderá cobrir fraudes no segmento

Adriano Mendes
O ministro da Fazenda anunciou nesta quarta-feira (22) que a Receita Federal vai propor a antecipação do pagamento de impostos em plataformas digitais, como o Mercado Livre e a Amazon. A medida visa combater fraudes e garantir a arrecadação de tributos. Segundo Mendes, o novo modelo não altera a taxa de imposto nem o valor devido, mas muda o momento em que o consumidor paga o imposto, antes de receber o produto.

Para Arminio, Banco Central não é 'sádico'

Luiz Toledo O ministro da Fazenda defendeu nesta quarta-feira (22) que o Banco Central não é "sádico" ao manter a taxa de juros em 13,75%. Segundo Toledo, a decisão é baseada em dados econômicos e não em sentimentos. Ele afirmou que o Banco Central está fazendo o seu papel de manter a inflação sob controle e garantir a estabilidade econômica do país.

Expectativa é de queda da inflação de curto prazo

Planoalto quer análise do MME a veto do Ibama a projeto no Rio Amazonas

Brasil busca reaver influência e paga órgãos multilaterais

Destaque
União Europeia multa Meta em € 1,2 bilhão

Indicadores

Consumidorão
comparar um produto se não comprar como é feito

Miriam Gusmões R2

Os dez maiores economistas brasileiros segundo a IA

Pedro Cafardo

Uma inteligência artificial (IA) selecionou os dez maiores economistas brasileiros de acordo com critérios de produção acadêmica, citações e impacto em políticas públicas. Entre os nomes listados estão nomes como Roberto Campos, Paulo Góes e Roberto Campos. A lista foi gerada por uma IA treinada com dados de publicações e citações de artigos científicos e livros.

Racismo Ministro quer submeter espanhóis à legislação brasileira; ministros emitem nota de repúdio

Dino estuda 'usar a lei' contra ataque a Vini Jr.

Dino O ministro da Justiça, Alexandre de Gusmão, afirmou nesta quarta-feira (22) que o Brasil não se submeterá a legislação estrangeira que discrimine cidadãos brasileiros. Ele afirmou que o Brasil tem uma legislação robusta e não precisa adotar leis de outros países para proteger seus cidadãos.

Brasil busca reaver influência e paga órgãos multilaterais

Índice de empresas citadas em textos nesta edição

Empresa	Quantidade
Ambev	1
Brasul	1
Caixa	1
Caixa Econômica	1
Caixa Seguros	1
Caixa Tem	1
Caixa Virtual	1
Caixa Web	1
Caixa Web+	1
Caixa Web+2	1
Caixa Web+3	1
Caixa Web+4	1
Caixa Web+5	1
Caixa Web+6	1
Caixa Web+7	1
Caixa Web+8	1
Caixa Web+9	1
Caixa Web+10	1
Caixa Web+11	1
Caixa Web+12	1
Caixa Web+13	1
Caixa Web+14	1
Caixa Web+15	1
Caixa Web+16	1
Caixa Web+17	1
Caixa Web+18	1
Caixa Web+19	1
Caixa Web+20	1
Caixa Web+21	1
Caixa Web+22	1
Caixa Web+23	1
Caixa Web+24	1
Caixa Web+25	1
Caixa Web+26	1
Caixa Web+27	1
Caixa Web+28	1
Caixa Web+29	1
Caixa Web+30	1
Caixa Web+31	1
Caixa Web+32	1
Caixa Web+33	1
Caixa Web+34	1
Caixa Web+35	1
Caixa Web+36	1
Caixa Web+37	1
Caixa Web+38	1
Caixa Web+39	1
Caixa Web+40	1
Caixa Web+41	1
Caixa Web+42	1
Caixa Web+43	1
Caixa Web+44	1
Caixa Web+45	1
Caixa Web+46	1
Caixa Web+47	1
Caixa Web+48	1
Caixa Web+49	1
Caixa Web+50	1

Assine o Valor Econômico: assinevalor.com.br ou ligue: 0800 701888

Contas públicas Pagamento envolve repasses de gestões anteriores do PT e que geram críticas por empréstimos subsidiados a empresas

BNDES vê avanço no TCU em acordo de devolução ao Tesouro

Paula Morier
O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) viu avançar o acordo de devolução de recursos ao Tesouro Nacional. Segundo Morier, o acordo representa um passo importante para a regularização das contas públicas e a redução do déficit primário. O acordo prevê o pagamento de empréstimos subsidiados realizados por empresas durante a gestão anterior.

Projeção piora, mas governo mantém desejo de déficit de 0,5% do PIB

Brasil avalia retomar compra de energia da Venezuela

Brasil avalia retomar compra de energia da Venezuela
O Brasil está avaliando a possibilidade de retomar a compra de energia elétrica da Venezuela. Segundo fontes próximas ao governo, a ideia é reavaliada devido ao aumento dos preços da energia e a necessidade de diversificar as fontes de abastecimento. No entanto, há preocupações com a estabilidade política e econômica do país vizinho.

Sete missões' norteiam plano de recuperação da indústria nacional

Sete missões' norteiam plano de recuperação da indústria nacional
O ministro da Indústria, Comércio Exterior e Defesa, Fernando Rodrigues, anunciou um plano de recuperação da indústria nacional baseado em sete missões estratégicas. As missões incluem a promoção da inovação, a atração de investimentos estrangeiros, a melhoria da infraestrutura, a capacitação da mão de obra, a defesa do consumidor, a proteção ambiental e a promoção da sustentabilidade.

Índice de empresas citadas em textos nesta edição

Empresa	Quantidade
Ambev	1
Brasul	1
Caixa	1
Caixa Econômica	1
Caixa Seguros	1
Caixa Tem	1
Caixa Virtual	1
Caixa Web	1
Caixa Web+	1
Caixa Web+2	1
Caixa Web+3	1
Caixa Web+4	1
Caixa Web+5	1
Caixa Web+6	1
Caixa Web+7	1
Caixa Web+8	1
Caixa Web+9	1
Caixa Web+10	1
Caixa Web+11	1
Caixa Web+12	1
Caixa Web+13	1
Caixa Web+14	1
Caixa Web+15	1
Caixa Web+16	1
Caixa Web+17	1
Caixa Web+18	1
Caixa Web+19	1
Caixa Web+20	1
Caixa Web+21	1
Caixa Web+22	1
Caixa Web+23	1
Caixa Web+24	1
Caixa Web+25	1
Caixa Web+26	1
Caixa Web+27	1
Caixa Web+28	1
Caixa Web+29	1
Caixa Web+30	1
Caixa Web+31	1
Caixa Web+32	1
Caixa Web+33	1
Caixa Web+34	1
Caixa Web+35	1
Caixa Web+36	1
Caixa Web+37	1
Caixa Web+38	1
Caixa Web+39	1
Caixa Web+40	1
Caixa Web+41	1
Caixa Web+42	1
Caixa Web+43	1
Caixa Web+44	1
Caixa Web+45	1
Caixa Web+46	1
Caixa Web+47	1
Caixa Web+48	1
Caixa Web+49	1
Caixa Web+50	1

Tabela 28 –

The image displays a grid of newspaper pages from Valor Econômico. The main page features a large headline: "Receita propõe que consumidor pague imposto antecipado em 'marketplaces'" with a sub-headline "Varejo Novo modelo não altera tributo previsto em lei nem taxa, mas poderá cobrir fraudes no segmento". Other visible headlines include "Os dez maiores economistas brasileiros, segundo a IA", "Dino estuda 'usar a lei' contra ataque a Vini Jr.", "Brasil busca reaver influência e paga órgãos multilaterais", and "União Europeia multa Meta em € 1,2 bilhão". The grid also shows smaller articles, a table titled "Análise de empresas citadas em testes nesta edição", and various sub-headers like "ECONÔMICO" and "Brasil".

This image shows another grid of newspaper pages from Valor Econômico. The main article is titled "BNDES vê avanço no TCU em acordo de devolução ao Tesouro". Other headlines include "Projeção piora, mas governo mantém desejo de déficit de 0,5% do PIB", "Sete missões' norteam plan de recuperação da indústria nacional", and "Brasil avalia retomar compra de energia da Venezuela". The grid contains text columns, a photograph of a man speaking, and various sub-headers and section titles.

Grids do Jornal Valor Econômico (2023). Manipulação própria.

Tabela 29 – Análise Gráfica - Valor Econômico Edição 25/03/2023

	Análise Gráfica
Cor	A paleta é estritamente baseada no preto e branco, com o azul escuro/cinza na marca e em títulos institucionais, funcionando como um signo de sobriedade, rigor e credibilidade no universo financeiro. O uso de cores adicionais é extremamente limitado, reservado para elementos funcionais em gráficos ou chamadas. Culturalmente, essa escolha gráfica comunica o foco na informação essencial e na análise racional, distanciando-se do sensacionalismo.
Tipografia	A tipografia é um signo de rigor e tradição. O corpo de texto utiliza uma fonte serifada clássica, que comunica confiabilidade e autoridade, consolidando a imagem de um veículo premium e tecnicamente aprofundado. Os títulos principais usam fontes sem serifa em caixa alta para clareza e assertividade, reforçando a identidade de jornal especializado que equilibra análise complexa com comunicação direta e formal.
Imagem	As imagens (fotografias de líderes e infográficos) atuam como representações de autoridade e evidência. As fotos de figuras-chave da política e da economia funcionam como um signo de credibilidade, ancorando a narrativa em protagonistas. Os infográficos são representações de dados que guiam decisões de investimento, comunicando a ideia de que a informação é objetiva e suportada por análises rigorosas.
Composição	A composição é sustentada por um grid formal, denso e multipolar, com forte segmentação das páginas internas em blocos de texto e gráficos, otimizada para a máxima densidade de informação. A hierarquia visual é estabelecida pela posição de autoridade da manchete principal e pela segmentação clara das seções. O ritmo visual é lento e metódico, exigindo do leitor uma abordagem analítica e focada para a leitura e digestão do conteúdo complexo

Análise Gráfica - Extra edição 01/10/2014

Tabela 30 – Análise Emocional (segundo Norman, 2004) - Valor Econômico Edição 25/03/2023

	Análise Emocional de Norman
Visceral (Estética e Aparência)	O design formal e a organização metódica geram uma resposta instintiva de respeito, confiança e seriedade, distanciando o veículo da emoção do jornalismo popular. A estética comunica maturidade e solidez na abordagem de temas cruciais, instigando o leitor a uma atitude de análise racional e ponderada diante de informações de alto risco.
Comportamental (Funcionalidade e Uso)	O design é altamente funcional para o profissional que busca conhecimento estratégico. O prazer psicológico é de domínio e competência sobre a informação analítica, facilitado pela estrutura lógica e densa em colunas e seções. Essa organização rigorosa aumenta a eficiência na absorção do conteúdo denso, gerando satisfação pelo controle do fluxo de informação relevante.
Reflexivo (Memória e Significado)	O design evoca a identidade de elite profissional e decisiva. O prazer reflexivo é o de pertencimento a um grupo que consome informação de alta qualidade, reforçando a autoimagem de um leitor estratégico, informado e de sucesso no mundo dos negócios. O jornal se torna um símbolo de capital intelectual.

Análise Emocional de Norman - Extra edição 01/10/2014

Tabela 31 – Análise Emocional (segundo Green e Jordan, 1999) - Valor Econômico Edição 25/03/2023

	Análise Emocional de Jordan
Prazer Físico (Sensorial e Corporal)	O prazer é de envolvimento intelectual e contemplação analítica. A experiência exige foco e envolvimento com o material denso em análises e dados, não sendo uma leitura rápida. A satisfação está ligada ao sentimento de ter decifrado e compreendido informações complexas, um prazer decorrente do esforço cognitivo e da alta qualidade do material impresso.
Prazer Psicológico (Eficácia e Controle)	Gerado pela satisfação intelectual e a sensação de controle ao entender cenários complexos do mercado e da política. O leitor obtém conveniência ao ter análises prontas que servem de insumo direto para decisões importantes, aumentando sua percepção de competência e preparo no ambiente de negócios.
Prazer Ideológico (Valores e Crenças Pessoais)	Reforçado pela identificação com os valores de seriedade, rigor técnico e análise baseada em fatos. O jornal afirma o valor da informação técnica e da discussão qualificada sobre a sustentabilidade econômica, espelhando a crença do leitor na importância do planejamento e da estabilidade regulatória e fiscal.
Prazer Social (Interação e Conexão)	O periódico atua como um instrumento de inclusão social em ambientes que exijam conhecimento técnico atualizado. A visão econômica e fiscal servem como uma autoafirmação de status social e preparo profissional.

Análise Emocional de Jordan - Extra edição 01/10/2014

A análise gráfica demonstrou que a identidade visual dos veículos citados é estabelecida através do uso estratégico de cor, tipografia, imagem e composição. O jornal O Globo utiliza a cor como sinal de celebração e credibilidade. O uso do verde e amarelo é onipresente em momentos específicos, evocando valores nacionalistas e festivos, garantindo unidade temática imediata. Em momentos cruciais, a paleta se torna intencionalmente sóbria e dramática, dominada pelo preto, branco e azul escuro, reforçando o valor cultural de seriedade e autoridade. A tipografia atua como um signo de tradição e autoridade. É estabelecido um contraste de estilo entre fontes serifadas tradicionais para o corpo do texto, que reforçam a credibilidade e legibilidade, e fontes sem serifa forte em caixa alta para os títulos principais, que transmitem impacto imediato e urgência. A composição é regida por um grid modular, que confere unidade e harmonia, estabelecendo a hierarquia visual de impacto. O ritmo visual é variado, sendo acelerado nas chamadas modulares e pausado e grave nas manchetes principais.

O jornal extra se diferencia ao empregar a cor como sinal de alarme e urgência, com o vermelho dominando a capa e reforçando a comunicação cultural de um jornalismo que atua como alerta social. Sua tipografia é um símbolo visual de voz alta e imediatismo popular, com fontes sem serifa extremamente grossas e condensadas que criam uma imagem de urgência. A composição utiliza um grid altamente dinâmico e quebrado, projetado para o máximo apelo

visual e a rápida absorção da informação.

Por sua vez, o jornal Valor Econômico utiliza uma paleta dominada pelo preto e branco, que atua com a ideia de sobriedade, formalidade e credibilidade. Neste veículo, a informação é priorizada sobre a emoção visual, reforçando o valor cultural do rigor e da seriedade. Sua tipografia é um sinal de rigor técnico e longevidade, utilizando a fonte serifada clássica para o corpo de texto, comunicando confiabilidade e a imagem de um veículo de qualidade e tradicionalmente analítico. A composição é regida por um grid altamente rígido, formal e denso, com colunas bem delimitadas, refletindo a necessidade de acomodar alta densidade de análises e reportagens complexas. O ritmo visual é intencionalmente lento e analítico, exigindo leitura concentrada e profunda.

O modelo emocional de Norman (2004) demonstrou que o design editorial consegue atuar nos níveis visceral, comportamental e reflexivo. A resposta visceral (estética e aparência) é de impacto e atração estética inicial. Em O Globo, gera extasiamento, admiração ou tensão e apreensão, estimulando a identificação nacional e celebração. No Valor Econômico, a estética sóbria gera respeito, confiança e calma, instigando a análise racional. O nível comportamental (funcionalidade e uso) revela que o design é altamente funcional e eficaz, gerando a emoção de competência e confiança. A organização em grids e a hierarquia clara facilitam a absorção rápida e a localização rápida da informação, gerando satisfação pela eficiência e ausência de frustração. Por fim, o nível reflexivo (memória e significado) evoca a memória de um momento culturalmente significativo, proporcionando o prazer de pertencimento e autoafirmação. O leitor se sente engajado no debate de relevância nacional, e o design se torna um artefato de memória ou um símbolo de capital intelectual.

O modelo de Green e Jordan (1999) complementa a análise ao detalhar os prazeres emocionais. O prazer físico (sensorial e corporal) é evocado pela experiência tátil e visual de alta qualidade, proporcionando um manuseio agradável. No Valor Econômico, esse prazer é de imposição intelectual e contemplação analítica, exigindo envolvimento profundo com o material denso em texto. O prazer psicológico (eficácia e controle) é gerado pela satisfação de controle e a sensação de competência ao dominar e entender rapidamente a complexidade, sentindo-se bem equipado para o dia a dia. O prazer ideológico (valores e crenças pessoais) é reforçado pela identificação com a seriedade e o prestígio do jornal, afirmando o valor de consumir uma mídia de referência. Essa dimensão também se manifesta na identificação com o rigor fiscal e análise baseada em dados. Finalmente, o prazer social (interação e conexão) indica que o design é um catalisador para interações sociais, fornecendo vocabulário e dados para participar de discussões de alto nível, atuando como um instrumento de distinção e networking. Em resumo, os modelos de Norman (2004), Green e Jordan (1999) demonstram a correlação direta entre as escolhas formais e a geração intencional de respostas emocionais que reforçam o pertencimento e a identidade cultural de cada veículo.

5 Considerações Finais

Este trabalho começou a partir da leitura do livro “*Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*” de Norman (2004), que despertou curiosidade sobre como as emoções influenciam o design. No início, existia um certo ceticismo, principalmente porque essa abordagem parecia muito aberta e subjetiva. Em contraste, os métodos tradicionais de análise gráfica pareciam mais fáceis de entender, com regras claras e resultados mais diretos. Essa diferença foi importante, pois deixou evidente como trabalhar com aspectos emocionais no design é mais complexo do que parece.

Ao longo da pesquisa, ficou claro que o jornal impresso não é apenas um meio de informação. Ele é uma experiência completa: visual, tátil, cultural e até emocional. A escolha do papel, da tipografia, do uso das imagens e da organização das páginas vai além da estética: ela comunica valores, intenções e sentimentos. A análise dos jornais Valor Econômico, Extra e O Globo mostrou como cada um utiliza o design para conversar com públicos diferentes. Enquanto um aposta na sobriedade e no texto denso, outro chama atenção com manchetes fortes e imagens, e outro mantém um equilíbrio entre tradição e modernidade. Cada escolha visual influencia como o leitor percebe e se conecta com o conteúdo.

Durante o processo, surgiram desafios importantes, especialmente ao tentar organizar e entender teorias mais abstratas, como as de Damásio (1994) e Dewey (2010). Criar uma forma clara de analisar o aspecto emocional no design mostrou-se difícil, já que emoções não são fáceis de medir ou explicar. Apesar disso, essas dificuldades ajudaram a compreender melhor as limitações e possibilidades desse tipo de estudo.

Também ficou evidente que a discussão “jornal impresso x digital” não deve ser vista como uma disputa. Cada formato cumpre um papel diferente. O digital traz rapidez e acesso imediato à informação, enquanto o jornal impresso mantém rituais de leitura, valor cultural e uma experiência física que o digital não substitui.

Para o futuro, uma sugestão interessante seria aprofundar esse tema com uma perspectiva mais voltada ao usuário e um conhecimento prévio maior sobre ele, talvez com métodos antropológicos ou etnográficos, observando como as pessoas realmente se relacionam com o impresso e o digital. Isso poderia ajudar a entender mais a fundo as emoções envolvidas na experiência com os jornais e como elas influenciam a percepção e o uso desses meios.

Referências

- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Editora Contexto, 2010.
- DAMÁSIO, A. R. **O erro de Descartes emoção, razão e o cérebro humano**. [S.l.]: Companhia das Letras, 1994.
- DEWEY, J. **Arte como Experiência**. [S.l.]: Martins Fontes, 2010.
- FARINA, M.; PEREZ, C.; BASTOS, D. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. [S.l.]: Editora Edgard Blücher, 2006.
- FREIRE, E. N. O design no jornal impresso diário. Do tipográfico ao digital. **Revista Galáxia**, v. 1, n. 18, p. 291 – 310, Dezembro 2009.
- GOMES FILHO, J. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. 9. ed. [S.l.]: Escrituras, 2008.
- GREEN, W.; JORDAN, P. W. **Human factors in product design: Current practice and future trends**. [S.l.]: CRC Press, 1999.
- JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papirus Editora, 1996. 152 p.
- LUPTON, E. **Pensar Com Tipos**. [S.l.]: Gustavo Gili, 2018.
- MOUILLAUD, M. As grandes mortes na mídia. In: MOUILLAUD, M. (Ed.). **O jornal da forma ao sentido**. Brasília: Editora UnB, 2002. p. 349 – 362.
- MÜLLER-BROCKMANN, J. **Grid Systems: Um Manual Para Designers Gráficos**. São Paulo: Gustavo Gili, 2016.
- NORMAN, D. **Emotional Design: Why we love (or hate) everyday things**. [S.l.]: Basic Books, 2004.
- ROCHA, M. A. da; ROCHA, C. Máquinas Inúteis - Design e Arte como Experiência. **SIIMI**, v. 4, p. 1 – 10, Maio 2016.
- SAMARA, T. **Grid: Construção e Desconstrução**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- SOUSA, J. P. **Elementos de jornalismo impresso**. Porto, 2001.
- TIGER, L. **A Busca do Prazer: A evolução dos sentidos na espécie humana**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1992.
- VILLAS-BOAS, A. Sobre Análise Gráfica, ou Algumas estratégias didáticas para a difusão de um design crítico. **Arcos Design**, v. 5, p. 2 – 17, Dezembro 2009.