

1. AS CORES

1.1 O uso da cor

A cor não é apenas decoração, ela é informação¹. Pode dar destaque a determinado texto, hierarquizar um conjunto de textos, mas também conota, infere significações. Tal constatação confere ao diagramador uma maior responsabilidade. É preciso definir claramente os objetivos da informação, e a partir daí definir quais cores ajudam mais. O problema é quando elas atrapalham e revelam preconceitos e clichês da nossa cultura.

Esta com seu voz... várias outras ações, está reunindo re- a semana s...

ELES FOGEM DO MÉDICO. ELAS NÃO

Durante um congresso de medicina realizado na semana passada em Berlim, na Alemanha, foi apresentado um estudo brasileiro mostrando que os homens são muito mais indisciplinados e negligentes que as mulheres ao procurar tratamento médico. De acordo com os especialistas, esse é um dos motivos que explicam a diferença de expectativa de vida entre os sexos — na maioria dos países, elas vivem mais que eles. O quadro mostra os principais resultados do levantamento feito com um universo de 2 500 brasileiros

	HOMENS	MULHERES
Procuram o médico na idade correta para o início do ciclo de exames	20%	70%
Visitam o médico por iniciativa própria	20%	65%
Vão ao médico por aconselhamento ou insistência do parceiro	50%	0%
Vão ao médico aconselhados por amigos	30%	35%

Fonte: Anis Mario Maritz, médica epidemiologista da Academia Brasileira de Medicina Anti-Envelhecimento

18 13 de fevereiro, 2002 veja

Figura 1. Revista *Veja* (13 fev. 2002), p. 18 (detalhe).

e-mail: fjardim@abril.com.br

SOBE

JADEL GREGÓRIO
 ▲ Com a medalha de ouro conquistada num campeonato de atletismo na Rússia, o esportista brasileiro assumiu o primeiro lugar do ranking mundial de salto triplo.

PETROBRAS
 ▲ Bateu o recorde de produção de petróleo, com a média diária de 1,489 milhão de barris em janeiro, 11,5% acima da média registrada em 2001.

OSCAR NIEMEYER
 ▲ Na semana passada, o museu parisiense Jeu de Paume, um dos mais prestigiados da França, abriu uma megaexposição em homenagem à obra do arquiteto brasileiro.

DESCE

RUBENS BARRICHELLO
 ▼ O presidente da Ferrari deu uma bronca no piloto, que havia reclamado de não receber o mesmo tratamento dispensado pela equipe ao alemão Michael Schumacher.

EMBRATEL
 ▼ Por causa do alto número de usuários inadimplentes, a empresa teve prejuízo de 554 milhões de reais em 2001.

TRANSBRASIL
 ▼ O empresário Michel Tuma Ness renunciou ao cargo de presidente executivo da empresa. Foi o terceiro nome a ocupar o comando da companhia em apenas treze dias.

veja 13 de fevereiro, 2002 19

Figura 3. Revista *Veja* (13 fev. 2002), p. 19 (de

¹ Fonte: GUIMARÃES, Luciano. *As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo*. São Paulo: Annablume, 2003.

“É possível notar que uma cor pode nos informar sobre inúmeros fatos. A precisão da informação dependerá pois da história dessa cor, pelo conhecimento do receptor da informação dessa história e pelo contexto criado pela apresentação da notícia para “empurrar” a cor para o significado que se espera que ele venha a formar. Será quase sempre um jogo entre uma macro e uma micro-história da cor, um jogo entre significados permanentes e temporários, entre signos fortes e signos fracos” (Guimarães, 2003:41). Ex: amarelo = dinheiro, verde e rosa = Mangueira, vermelho e preto = Flamengo, vermelho = paixão, emotividade, preto = luto.

1.2 Parâmetros que auxiliam na definição das cores²

Cada cor e seus nuances impõem aos indivíduos uma reação psicológica peculiar e cabe, a quem se propõe executar trabalhos visuais, o conhecimento desses princípios para provocar nos receptores a reação psicológica necessária ao objetivo proposto. Segue abaixo uma relação de cores e suas respectivas influências quando utilizadas:

- ⊗ O preto, quando aplicado, sugere morte, luto, infortúnio, porém pode vir a mostrar elegância e distinção, se for tratado com camada brilhante. Uma combinação interessante é o preto fosco e o preto brilhante.
- ⊗ A cor violeta transmite misticismo e meditação. Sua claridade na tonalidade lilás já nos impõe a sensação de magia.
- ⊗ O cinza é uma cor neutra, que assume reações diferentes, de acordo com as combinações. A tonalidade em si traduz tristeza, angústia, desânimo. Quando assume tons muito escuros transmite a sensação de sujeira.
- ⊗ O vermelho libera sensações de alegria, força, vitalidade. É uma cor que se impõe sem discriminação. Classificada como uma cor quente, possui a propriedade de aumentar o veículo. Igualmente, os nuances de vermelho têm características particulares. O púrpura, por exemplo, encerra severidade, riqueza, dignidade. O vermelho voltado para o cereja transmite um toque de sensualidade. Quanto mais escuro, mais profundas serão as sensações de suas radiações, quanto maior sua claridade, mais fantásticos e joviais serão os impulsos transmitidos.
- ⊗ O verde é a mais calma das cores. Estático e frio, está associado à estabilidade. Quanto mais amarelado, mais associado a uma força ativa, ao contrário, quanto maior a predominância do azul leva os nuances de verde à seriedade: indiferente à sua claridade, o verde jamais perde a estabilidade.
- ⊗ O rosa é uma cor íntima, de fácil assimilação quanto às sensações, transmitindo feminilidade, intimidade e também se enquadra nas cores quentes, devido à presença do vermelho.
- ⊗ O laranja, muito mais que o vermelho, transmite radiação e expansão. Cor quente que transmite efervescência, fogo, que sugere intimidade e calor.
- ⊗ O azul é uma cor que exprime profundidade: basta exemplificarmos o céu, o mar, o universo. Introversa, feminina e discreta, é a cor preferida pelos adultos, exprimindo lembranças distantes. A calma transmitida por essa tonalidade é diferente dos tons verdes, já que o azul é dinâmico e traduz viagens imaginárias.
- ⊗ O branco sugere pureza e está sempre condicionado a um sentimento de paz, solidão.
- ⊗ O marrom é uma cor que exprime compactação e de grande utilidade. É uma cor realista, que não vulgariza e nem brutaliza, representando pés no chão.

As cores raramente são utilizadas sozinhas, geralmente analisamos a composição proporcionada por duas ou mais cores. As sensações serão analisadas pelo efeito que conferem à composição. As composições podem ser feitas de forma atenuante ou de forma contrastante. Jogar com as cores não é tarefa fácil e cabe ao produtor gráfico defini-las de acordo com o projeto.

1.3 Impressão a Cores e P/B³

Tanto na impressão colorida quanto em preto e branco, a percepção das cores se dá através da variação de tons, gerada pelos pequenos pontos que formam as imagens. Esses pontos formam a chamada *retícula* e esse processo gráfico é a *reticulagem*. Mesmo que o processo hoje seja muito mais simples e praticamente automático, com a computação, saber como ele acontece é necessário para o bom gerenciamento trabalho gráfico. O número de cortes utilizadas no processo de impressão vai de um a quatro: *monocromia*, *bicromia*, *tricromia*, *quadricromia* ou *policromia*.

² Fonte: COLLARO, Antonio Celso. *Projeto Gráfico: teoria e prática da diagramação*. São Paulo: Summus, 2000.

³ OLIVEIRA, Marina. *Produção gráfica para designers*. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.

Através da reticulagem, fornece-se ao leitor uma gama de cores e tonalidades a partir da mistura de apenas quatro ou menos cores. Ou seja, não se utiliza uma cor diferente para cada cor presente numa imagem. As diferentes tonalidades são dadas de acordo com um maior ou menor número de pontos de uma cor, os quais são justapostos a outras quantidades de pontos formando as cores em diferentes tonalidades. Ou seja, o uso da retícula não cria uma cor propriamente, mas simula essas cores através dos pontos ou da “pequena rede”. Até mesmo na monocromia, com a cor preta, em que as variações de cinza são produzidas pela quantidade maior ou menor de retículas: quanto mais pontos, mais escuro e vice-versa.

É importante atentar para este fato desde o momento em que começamos a trabalhar as cores em programas gráficos (Page Maker, Quark Xpress). Todas as cores devem ser convertidas para as cores de seleção em uso pelos sistemas de impressão. A escala de cores mais utilizada é a chamada escala Europa ou CMYK, formada pelas três cores primárias (ciano, amarelo, magenta) mais o preto. As cores que o computador normalmente usa segue a escala RGB (red, green e blue), própria para computadores, mas inadequada para a impressão.

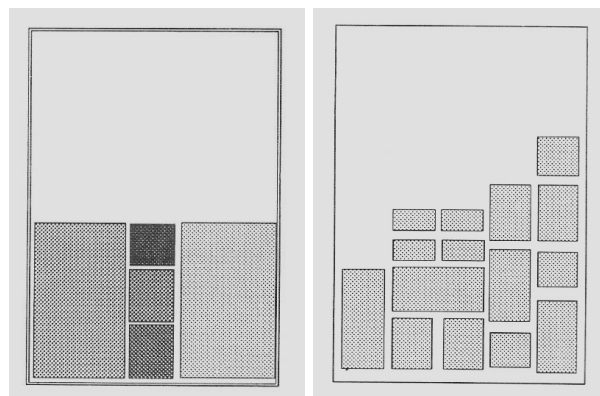
ATENÇÃO: Nunca esquecer de converter todas as cores utilizadas de RGB para CMYK. Os quadros e linhas podem ser convertidos no próprio Page Maker, na edição de cores. Já as fotos devem ser transformadas no Photoshop (menu Imagem/Modo/Cores CMYK ou Tons de Cinza, no caso das preto e branco).

2. O BRANCO

O uso do branco é o principal fator de organização no design moderno dos jornais. Eles devem delimitar todos os elementos gráficos e se convencionou que a melhor utilização desses vazios é quando eles possuem em torno de 0,5 cm. Essa é a largura mínima o branco entre colunas e entre a foto e o texto. Porém, ao redor de títulos, onde predominam cores fortes ou preto reforçado, esses espaços em branco podem ser um pouco maiores, até 1 cm, o que atrai mais ainda a chamada. Um recurso que pode ser utilizado é a escolha de espaços maiores em branco com certa fixidez, como uma coluna lateral na parte superior.

3. ESPAÇO PARA PUBLICIDADE

Os anúncios podem ter tamanhos variados, logicamente, mas essas variações devem acontecer dentro de padrões definidos pelos jornais, de acordo com o formato que possuem. Em geral, eles são definidos e vendidos a partir de especificações como: **página inteira, meia página, quarto de página, 1/8 de página, 2 colunas X 10 cm, 1 coluna X 5 cm**. A disposição desses anúncios também é variável, mas é um padrão que anúncios a partir de 1/4 de página devem ser dispostos de cima para baixo, reservando as partes superiores da página para o conteúdo editorial.



4. PAPEL

Tipos de papel

- Papel Offset:** tipo de papel utilizado geralmente em livros. É branco, mas com uma leve aparência fosca que diminui seu brilho. É também conhecido como “papel sulfite” e sua versão mais utilizada é na gramatura 90g/m². Jornais não semanais atingem bons resultados com este papel.
- Papel Couché:** possui um brilho acetinado com uma textura lisa e delicada. É utilizado por algumas revistas, atingindo gramaturas em torno de 90 g/m².

c) Papel Jornal ou Imprensa: mais indicado para a produção de jornais diários é encontrado com várias qualidades, que vão de tonalidades mais escuras às mais claras, que dão melhor resultado. As gramaturas giram em torno de 75 g/m².

d) Papel LWC: com custo relativamente inferior ao couché, é o papel utilizado largamente pelas revistas semanais e quinzenais, com gramaturas menores, em torno de 75 g/m².

Fundamentalmente, há quatro parâmetros que devem nortear a escolha do papel.

01. O valor subjetivo: beleza, sofisticação, diferenciação etc.

02. O custo: quanto maior a tiragem, maior o custo relativo do papel. Em pequenas tiragens, muitas vezes a diferença de preço compensa o uso de um papel mais caro, pelo valor subjetivo que será agregado.

03. A disponibilidade no mercado: exceto no caso de tipos de papel de uso mais freqüente (couché e offset), o mercado de papéis é sazonal. Muitas vezes, um papel mais diferenciado não é encontrável junto aos fornecedores. Por isso, é sempre bom entrar em contato com o fornecedor com alguma antecedência.

04. As restrições técnicas: alguns processos não permitem o uso de determinados tipos de papel. Mesmo no caso do offset - processo que aceita praticamente todos os papéis -, há diferenças de qualidade de acordo com as propriedades de cada tipo. Na dúvida, consulte a gráfica.

5. SISTEMAS DE IMPRESSÃO

5.1 Processos Planográficos para jornais

Os jornais tablóides ou standards utilizam o sistema de impressão conhecido como planográfico, ou seja, a matriz de impressão é plana, ao contrário das matrizes tipográficas ou relevográficas. A impressão em off-set é o processo planográfico mais difundido no mercado, desde a segunda metade do século 20. A tinta é lançada sobre chapas metálicas – criadas a partir de fotolitos ou diretamente do computador, na versão mais moderna – e só se mantém em locais cuja porosidade absorve a quantidade necessária da tinta. Não permite acabamentos mais sofisticados como das revistas, mas oferece a possibilidade de se trabalhar com papéis de qualidade menor e de preços mais acessíveis.

5.2 Processos Encavográficos para revistas

As revistas se utilizam dos processos encavográficos também conhecidos como rotogravuras. É o tipo de impressão indicada para grandes quantidades, sem perda de qualidade. Propicia também o acabamento envernizado típico das revistas. A chapa de impressão é um cilindro formado por vários sulcos em baixo relevo que retêm a quantidade de tinta necessária

6. ORÇAMENTO

Ao solicitar um orçamento, o mesmo deve ser feito em forma de ofício solicitando-se o valor da impressão para um determinado *formato, número de exemplares, tipo de papel, número de páginas, uso de cores*. Estas informações são suficientes para que se elabore um orçamento, que deve ser solicitado nos departamentos comerciais de gráficas ou de empresas jornalísticas.