



A leitura semiótica pragmática das capas de jornais¹

Anaiza Castellani SELINGARDI²
Universidade Estadual Paulista, Bauru, São Paulo

RESUMO

A capa de um jornal é sempre responsável pela primeira impressão que o leitor faz do produto a ser consumido. Por isso, será analisada a leitura semiótica, sobretudo sob o ponto de vista do pragmatismo, que a capa de um jornal possibilita a seu público alvo. A base para as considerações semióticas que se seguem é o estudo do filósofo e cientista Charles Sanders Peirce. Como objeto dessa análise foi escolhida a capa da edição do dia 9 de maio de 2009 do jornal esportivo diário *LANCE!*.

PALAVRAS-CHAVE: capa; jornal; pragmatismo; signos semióticos

Semiótica e análise do Pragmatismo

A semiótica é, basicamente, a ciência que estuda os signos e os processos significativos na natureza e na cultura. Porém, não é uma ciência especializada como, por exemplo, a sociologia, a economia e a física, mas sim uma ciência de caráter geral e abstrato, que permite diferentes abordagens e interpretações.

Feitas essas considerações, partamos para a análise do objeto escolhido.

A capa do jornal esportivo diário *LANCE!*, em sua edição do dia 9 de maio de 2009, traz diversas informações sobre jogos do *Campeonato Brasileiro de Futebol*, sobre times como *Palmeiras*, *São Paulo* e *Santos* e ainda um editorial, além de anúncios de outros produtos da marca *LANCE!* (revista guia e pôster). Porém, é fácil prever que nem todos aqueles que olharem essa capa de jornal em uma banca serão capazes de entender e associar as informações ali contidas de imediato.

Isso porque a compreensão que temos diante dos signos representados em uma capa de jornal, por exemplo, depende do conhecimento de mundo que carregamos como bagagem, ou seja, das experiências que temos arquivadas em nossa memória. Esse conceito é definido pela teoria filosófica do *pragmatismo*, inaugurada por Charles

¹ Trabalho apresentado no IJ 08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da FAAC-Unesp, email: anaizaselingardi@hotmail.com



Sanders Peirce. A doutrina pragmática consiste na consideração das coisas a partir de um ponto de vista prático, experimental. Dessa maneira, um leitor que não conhece e nunca teve experiências, quaisquer que tenham sido elas, com o assunto tratado em um jornal, não deverá compreendê-lo de imediato.

No caso específico do nosso objeto analisado, para começar a captar as informações contidas nessa capa o leitor precisa ter, pelo menos, um conceito básico sobre o futebol. A partir desse conceito, o consumidor entenderá ao menos que se trata de um jornal de caráter esportivo, com destaque para o referido esporte.

Porém, para compreender melhor os signos inseridos na capa desse *LANCE!*, o público deve ter conhecimentos um pouco mais aprofundados sobre os campeonatos de futebol disputados e sobre alguns times brasileiros. Isso porque, no objeto de análise, estão retratadas informações como a situação do *São Paulo Futebol Clube* na *Copa Libertadores da América* (competição de futebol entre clubes da América do Sul, organizada pela *CONMEBOL* - Confederação Sul-Americana de Futebol); o histórico de vitórias e a estréia da *Sociedade Esportiva Palmeiras* no *Campeonato Brasileiro* de 2009 (principal torneio entre clubes de futebol de todo o Brasil); alguns dilemas dos jogadores Elias, do *Sport Club Corinthians*, e Kléber Pereira, do *Santos Futebol Clube*; entre outros dados.

Na ocasião é necessário ainda que o leitor saiba alguma coisa sobre um acontecimento mundial que influenciou os rumos da *Copa Libertadores da América*, qual seja o surto de uma certa “gripe suína” que teve origem no México, comprometendo os jogos que seriam realizados no país e determinando que os times mexicanos abandonassem o campeonato. Foi a desistência de um dos times mexicanos que classificou o *São Paulo* para a fase seguinte da tal *Copa*.

Além de ter que saber esses dados para compreender os signos textuais básicos inseridos nessa capa, o leitor tem que concentrar ainda detalhes mais aprofundados para captar também as informações contidas nos signos mais subjetivos.

Por que as cores que chamam mais atenção na capa são o verde e o vermelho? Por que o jogador Keirrison foi escolhido como destaque da edição em uma foto tão expressiva? Todas essas questões têm resposta no próprio esporte: o vermelho é uma das cores características do *São Paulo Futebol Clube*, além de ser uma cor chamativa; o verde é a cor simbólica da *Sociedade Esportiva Palmeiras*; o jogador Keirrison, jovem revelação do time palmeirense, era a principal esperança de gol na ocasião da estréia do



clube no *Campeonato Brasileiro*. Portanto, para responder a essas perguntas o público deve possuir experiências anteriores sobre esses assuntos.

Em última estância, exige-se ainda um conhecimento pragmático do leitor acerca das gírias utilizadas em um jornal de esportes. O consumidor da notícia que estiver incluído no público alvo do jornal *LANCE!* deve saber, por exemplo, que a palavra “Sampa” refere-se ao *São Paulo Futebol Clube*; que a expressão “Verdão” faz referência à *Sociedade Esportiva Palmeiras*; que em “desafios para o penta” a palavra “penta” significa ganhar um campeonato cinco vezes; que “Brasileirão” é gíria para denominar o *Campeonato Brasileiro*; que “taça” refere-se ao troféu de campeão do campeonato; que “Luxa” é o técnico Wanderley Luxemburgo, do *Palmeiras*; etc.

Todas essas noções básicas que o leitor deve saber para procurar compreender as informações contidas no objeto (no caso, a capa do jornal) foram denominadas também de *experiências colaterais*. “Para deixar a noção do objeto ainda mais fina, Peirce desenvolveu o conceito de experiência colateral. Este se refere à intimidade prévia com aquilo que o signo denota.” (SANTAELLA, 2002, pg. 22)

A formatação da capa como signo e seus interpretantes

Outra consideração a ser feita acerca da capa do jornal em análise é a questão de sua formatação. Em primeiro lugar temos que ponderar que o jornal *LANCE!* tem como padrão o formato Tablóide (cerca de 30 cm x 60 cm), definindo assim uma capa e uma contra-capas. Entretanto, o que chama atenção na edição do dia 9 de maio de 2009 é que a capa foi formatada como Standard (cerca de 60 cm x 38 cm ou 75 cm x 60 cm), mesmo com interior do jornal em formato Tablóide.

Com essa formatação diferente das outras edições padrão, o exemplar em questão perdeu a contra-capas, já que a mesma passou a fazer parte da própria capa. Assim, capa e contra-capas, que tem funções totalmente diferentes em um jornal, foram unidas em uma mesma coisa. Mas o que interessa para essa apreciação é entender como uma nova formatação pode influenciar na leitura semiótica imediata do leitor.

Agora, a formatação da capa da edição em questão passa a ser também um signo capaz de determinar diversas interpretações.

Como todo signo, a capa do jornal também é responsável por produzir um certo efeito interpretativo, chamado de interpretante. Pelas teorias de Peirce, o interpretante é dividido em três níveis como *interpretante imediato*, *interpretante dinâmico* e *interpretante final*.

Interpretante imediato é um interpretante interno ao signo (...). Trata-se do potencial interpretativo do signo, quer dizer, de sua interpretabilidade ainda no nível abstrato, antes de o signo encontrar um intérprete qualquer em que esse potencial se efetive (...). O segundo nível é o do interpretante dinâmico, que se refere ao efeito que o signo efetivamente produz em um intérprete (...). O terceiro nível do interpretante é o interpretante final, que se refere ao resultado interpretativo a que todo intérprete estaria destinado a chegar se os interpretantes dinâmicos do signo fossem levados até o seu limite. Como isso não é jamais possível, o interpretante final é um limite pensável, mas nunca inteiramente atingível. (SANTAELLA, 2002, pg.25)

A partir dos conceitos acima expostos, podemos depreender que o jornal possui, portanto, um certo potencial interno para ser interpretado, antes mesmo de ser comprado e lido. O próprio objeto de análise em questão reserva uma certa carga de significação que será atualizada e efetivada quando um leitor observar essa capa de jornal em uma banca de revistas.

Assim, desde o momento em que o leitor começa a ler a capa do *LANCE!*, esse signo está apto a provocar no intérprete certos efeitos. No caso do objeto analisado, o interpretante dinâmico que se destaca é o de caráter *emocional*, ou seja, aquele capaz de gerar qualidades de sentimento em um intérprete. Esse efeito emotivo é proporcionado principalmente pela foto do jogador palmeirense Keirrisson que, por conta da expansão do formato da capa, ocupa grande parte da extensão vertical da mesma. O jogador é retratado na fotografia com uma expressão de comemoração e garra que deve incitar no leitor a emoção da vitória e da superação. Além da fotografia central, as expressões “desafios para o penta” e “classificado”, que se encontram destacadas na página, e as imagens de troféus retratadas são também capazes de instigar a ansiedade e o sentimento de conquista.

Ao mesmo tempo, certo caráter *lógico* do interpretante pode ser observado na análise da formatação dessa capa - aqui, faz-se necessário expor que o interpretante dinâmico lógico é quando o signo é interpretado através de uma regra interpretativa internalizada pelo intérprete. No caso, o hábito associativo das pessoas de considerar que quanto maior seu formato, mais informações um jornal é capaz de armazenar, pode gerar certa ilusão ocasionada pelo uso do formato Standard na capa do jornal em análise. Isso quer dizer que, em um primeiro momento, um leitor que está acostumado a ver a capa do jornal *LANCE!* em formato Tablóide pode imaginar que a edição do dia 9



de maio de 2009, com capa feita em formato estendido, contem mais informações do que costuma conter usualmente.

Entretanto, comparando a edição em questão do jornal com outras edições do mesmo, pode-se concluir que, na verdade, ela possui menos conteúdo do que as demais. Isso porque o jornal *LANCE!* costuma ter entre 32 e 35 páginas por edição, já a edição aqui analisada possui 27 páginas.

O ponto de vista qualitativo-icônico

Para entender o potencial comunicativo de um produto, adotamos três pontos de vista semióticos fundamentais para se realizar uma análise. O primeiro deles é o ponto de vista *qualitativo-icônico*. Através desse enfoque são analisados os aspectos das qualidades de um produto (cores, linhas, volume, dimensão, luminosidade, design, forma, etc.).

Faz-se necessário lembrar que esse primeiro ponto de vista é responsável pela *primeiridade* da leitura, ou seja, pela impressão imediata que é feita a partir de uma primeira olhada. Partamos, então, para a análise dos aspectos qualitativo-icônicos do objeto em questão.

Como um desses aspectos, podemos destacar de imediato a questão da formatação Standard dessa capa de jornal. Esse assunto já foi desenvolvido acima e revelou que, na primeiridade da leitura, o tamanho estendido da página pode determinar para alguns a idéia de mais conteúdo.

Outro aspecto qualitativo-icônico aqui presente é o uso de formas geométricas quadradas e retangulares na divisão temática dessa capa. Podemos ver que cada manchete (“Sampa classificado”, “Desafios para o penta”, “Propostas e cobranças”, “Elias quer ficar”, “Dilema de K. Pereira”, “Brazuca: recorde mundial” e “Já tem o Guia?”) e suas respectivas informações estão divididas em quadros em formato de quadrados ou retângulos. Essa separação geométrica da página proporciona sensação de clareza dos fatos e de organização da notícia, facilitando a leitura do consumidor.

Além do recurso geométrico, o uso constante de linhas retas para demarcar as informações pode facilitar a primeiridade da leitura. A manchete “Desafios para o penta”, por exemplo, é subdividida em tópicos arranjados por números e demarcados por faixas e linhas horizontais verdes e brancas.

Passando para a questão das cores em destaque, podemos verificar o forte uso do verde, branco e vermelho, com algumas demarcações em azul e amarelo. Do ponto de



vista qualitativo-icônico, uma simples cor, como qualidade de um signo, deve produzir imediatamente uma cadeia associativa que faz lembrar diversos elementos.

Sendo assim, a cor verde produz associações que nos fazem lembrar natureza, sorte, esperança. Por sua vez, o vermelho sugere idéia de atenção, calor, amor, excitação. A cor branca proporciona uma cadeia associativa que faz lembrar paz, papel, pureza, limpeza. O azul associa-se a céu, mar, calma, harmonia. Já o amarelo alude a ouro (riqueza), luz, energia, alegria. Portanto, mesmo sem ser cada um desses elementos, as cores são capazes de sugeri-los fielmente.

O ponto de vista singular- indicativo

O segundo ponto de vista fundamental para uma análise semiótica é o *singular-indicativo*. Ou seja, o produto é analisado como algo que existe em determinado espaço e tempo. Os traços identificativos do objeto passam a ser vistos de acordo com sua manipulação e uso. É analisado o contexto, bem como as finalidades do produto.

De tal modo, devemos considerar que todas as informações expostas na capa do *LANCE!* estão inseridas em um contexto mais abrangente: o próprio panorama do esporte brasileiro de hoje em dia.

Quanto aos elementos que compõe a capa desse jornal, há de se considerar que todos eles foram usados mediante certa manipulação intencional da equipe responsável por sua composição. Isso quer dizer que cada elemento qualitativo e informativo utilizado foi selecionado mediante uma apuração feita para determinar que os mesmos estivessem de acordo com os padrões contextuais da informação veiculada e do público a que ela se destina.

Por isso, se analisada no contexto do esporte brasileiro, a cor vermelha não foi utilizada apenas para chamar atenção, mas sim para indicar uma tonalidade característica do time de futebol *São Paulo*. Assim como o verde foi utilizado como *índice* do time do *Palmeiras*. Já o amarelo, inserido nos assuntos esportivos, pode indicar o status de campeão, representado pelos troféus de ouro. Vale ressaltar que, unido ao verde e ao azul, o amarelo passa a representar também o próprio Brasil, através das cores da bandeira nacional.

As faixas horizontais verdes e brancas que demarcam os itens numerados de 1 a 5 no desenvolvimento da manchete “Desafios para o penta” foram dispostas dessa maneira para atingir o público palmeirense através da alusão que faz a bandeira do time do *Palmeiras*. Além disso, permitem que o leitor organize em sua mente a informação



através dos números e das linhas que a demarcam. Informações expostas em itens devem sempre facilitar a leitura de uma página.

Ainda sobre a manchete “Desafios para o penta”, podemos observar os números destacados (1, 2, 3, 4 e 5) como indicadores de que a matéria apresenta bastante conteúdo. Nesse caso, as informações expostas diante dos números são apenas uma pequena parte do todo da notícia, ou seja, são índices do conteúdo completo apresentado dentro do jornal.

Seguindo a mesma idéia dos tópicos numerados, na capa do *LANCE!* todas as manchetes e informações podem ser consideradas como parte de um todo. Desse ponto de vista, todas as manchetes de um jornal passam a ser vistas como indicativos das notícias detalhadas do interior do periódico.

Partindo para uma análise mais geral dessa capa, podemos constatar ainda que todas as informações expostas, sejam elas visuais ou escritas, passam a funcionar também como índices do público alvo do jornal. Expressões esportivas (como “Sampa”, “Verdão”, “taça” e “penta”), imagens de jogadores de futebol, escudos de times, informações expondo detalhes do mundo do esporte, propaganda de guias de campeonatos de futebol... Todos esses elementos indicam um usuário consumidor interessado em temas exclusivamente esportivos.

O ponto de vista convencional-simbólico

O terceiro ponto de vista para uma análise semiótica é o *convencional-simbólico*. Sob esse ponto de vista “o produto é analisado no seu caráter de tipo, quer dizer, não como algo que se apresenta na sua singularidade, mas como um tipo de produto” (SANTAELLA, 2002, pg. 71).

Diante desse ponto de vista cabe ressaltar o padrão de distribuição da informação do jornal *LANCE!* ou, especificamente, das capas desse jornal. A intenção aqui não é analisar apenas o nosso produto-objeto (capa da edição do dia 9 de maio de 2009 do *LANCE!*), mas sim todos os equivalentes de seu tipo.

As capas do jornal *LANCE!* têm como padrão a formatação de Tablóide, a fonte das letras relativamente grossas e arredondadas, a divisão das manchetes em espaços quadrados e retangulares, a propaganda de outros produtos da marca, o endereço do *site* (www.lancenet.com.br) no canto direito e superior da página, o preço do jornal (R\$ 1,25) no canto esquerdo e superior da página e o logotipo e slogan da marca sempre em aparente destaque. Diante dessas considerações, podemos constatar mais uma vez que a



edição em análise destoa do padrão de distribuição do jornal, já que o formato da capa utilizado é o Standard (o dobro do tamanho do Tablóide). Outra característica verificada no objeto de análise que foge do padrão das capas do *LANCE!* é a presença de um quadro de editorial (*LANCE! OPINA* – “Propostas e Cobranças”). Em geral, quando a edição possui esse quadro, o mesmo costuma estar inserido no conteúdo interno do jornal, e não em sua capa.

Diante desse terceiro ponto de análise semiótica, cabe ressaltar também o poder representativo do produto e de sua marca, bem como os valores e o status cultural construído através dela.

Nesse contexto, o *LANCE!* é um dos maiores expoentes do jornalismo impresso esportivo do país. Quando pensamos em um jornal de esportes para comprar, certamente o mais famoso é o *LANCE!*. Isso pode determinar que, no contexto da sociedade brasileira e de acordo com as convenções por ela originadas, o jornal em questão possa ser definido como um verdadeiro *símbolo* da imprensa esportiva do Brasil (sobretudo do sudeste).

Perante esse valor simbólico que o presente periódico apresenta, é importante destacar que a opção temática determinada pela empresa, ou seja, o destaque preferencial para assuntos ligados em sua maioria ao futebol, é de grande influência para atingir o público alvo. No Brasil, os valores culturais ligados ao esporte estão veiculados principalmente ao status de “país do futebol” e, por conta disso, o número de consumidores interessados nos assuntos expostos pelo *LANCE!* deve ser um tanto quanto elevado.

Todas essas suposições expostas quanto à escolha temática do jornal podem ser depreendidas da própria capa que é objeto dessa análise: nela, as principais manchetes são ligadas ao futebol, atingindo um público ligado a diversos times paulistas (já que é uma edição publicada no Estado de São Paulo).

Considerações sobre a fotografia em destaque

Como último foco da presente análise cabe fazer algumas considerações acerca da foto central da capa desse jornal. A fotografia estendida em destaque consiste na figura do jogador palmeirense Keirison durante uma provável comemoração de gol em um jogo de futebol.

Nesse caso, a figura do jogador assume o caráter de *ícone*, considerando-se a referência que faz ao próprio jogador no momento em que a fotografia foi tirada. Assim,



de acordo com os três níveis de classificação determinados por Peirce aos ícones (imagem, diagrama e metáfora), constatamos que nesse caso trata-se de uma *imagem*, sendo que ela estabelece uma relação de semelhança com seu objeto no patamar da aparência. A fotografia não é o atleta Keirrison, mas o indica dentro dos limites fotográficos. Dessa maneira, a imagem do jogador que se apresenta na foto tem notáveis semelhanças com a aparência do próprio jogador.

Já através de outro ponto de vista, levando-se em conta que, para ser indicial, o signo deve ser adotado em seu caráter existencial como parte de outro existente para o qual o índice aponta e do qual é uma parte, o jogador da fotografia representada passa a funcionar como *índice* do próprio jogo de futebol, do qual estava participando no momento em que a imagem foi feita, e até mesmo de seus companheiros de time, em que Keirrison é parte do todo *Sociedade Esportiva Palmeiras*.

Outro aspecto indicial revelado pela fotografia em questão é a própria expressão e o gestual do jogador. A face expressiva, a boca entreaberta como que em um grito e as mãos fechadas em sinal força indicam, no contexto de um jogo de futebol, a comemoração de um gol. É como se ficasse óbvio que, assim como “onde há fumaça, há fogo”, no futebol “onde há comemoração e vibração, há gol”.

Partindo para uma tentativa de encontrar um aspecto simbólico nessa fotografia, podemos apurar que o verde da camisa do jogador, aliado com a expressão de garra e vibração de seu rosto, reforça o *símbolo* de esperança sugerido pela cor e por aquilo que um gol pode significar em uma partida, de acordo com as convenções do esporte e da própria sociedade.

Considerações finais

Da presente análise realizada podemos concluir, em primeiro lugar, que a capa é fundamental para a leitura em primeiridade, ou seja, para a primeira idéia que o leitor faz de um jornal. Nesse contexto, através da análise semiótica, foi possível verificar de que maneira os elementos que compõe essa capa são capazes de influenciar na interpretação das informações absorvidas pelo consumidor.

O conhecimento pragmático foi analisado como essencial para a compreensão das manchetes, figuras e demais elementos que compõe uma capa de jornal.

Do ponto de vista semiótico, os signos da capa da edição do dia 9 de maio de 2009 do *LANCE!* são responsáveis por caracterizar, sendo analisados sob qualquer um dos aspectos trabalhados (interpretantes, níveis fundamentais da análise semiótica,



ícones, índices ou símbolos), o foco temático do jornal e a identificação que o público alvo consumidor tem com o mesmo.

Mesmo tendo sido feita a análise de um objeto em particular, as características gerais de interpretação dos signos expostos ao leitor, constatadas nessa apreciação, devem ser uma constante na leitura de qualquer capa de jornal.

REFERÊNCIAS

NETTO, J. Teixeira Coelho. **Semiótica, Informação e Comunicação**. São Paulo: Ed. Perspectiva S.A., 1980.

NORTH, Winfried. **Panorama da Semiótica: De Platão a Pierce**. São Paulo: Ed. Annablue, 1995.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Ed. Pioneira Tomson Learning, 2002.

ANEXO

O objeto dessa análise:

