



A LINGUAGEM VISUAL COMO PRODUTORA DE SENTIDOS NO DISCURSO JORNALÍSTICO: ANÁLISE DA COBERTURA DO ACIDENTE DA CHAPECOENSE

Jociene Carla Ferreira Pedrini¹
Gesner Duarte Pádua²
Igor Aparecido Dallaqua Pedrini³
Ana Carolina Custódio⁴

RESUMO: Neste trabalho analisamos o discurso visual gráfico da capa de quatro jornais diários brasileiros de grande circulação na cobertura do desastre aéreo com a equipe da Associação Chapecoense de Futebol, em novembro de 2016, na Colômbia. O objetivo é evidenciar a importância da linguagem visual na construção de sentidos presentes nas mensagens jornalísticas. O corpus é formado pelas capas dos jornais Extra, Meia Hora, Correio Braziliense e Estado de Minas do dia 30 de novembro de 2016. Realizamos, inicialmente, uma pesquisa bibliográfica sobre o papel do design de notícias, do projeto gráfico e da linguagem visual na comunicação visual e verbo-visual e, em seguida, uma análise dos elementos gráficos e estratégias compositivas das mensagens baseada em princípios da Semiótica Discursiva. Observamos que a construção visual das capas evoca sentidos ora negativos como tristeza, luto e dor, ora, surpreendentemente, efeitos positivos, como vitória, superação e união, em uma estratégia discursiva de aproximação afetiva com os leitores por meio da função emotiva da linguagem utilizada.

Palavras-chave: linguagem visual, produção de sentidos, discurso jornalístico.

¹ Professora e curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFMT (Universidade Federal de Mato Grosso). Tem experiência na área de Jornalismo, Pedagogia e Letras com ênfase nos temas de jornalismo regional e local, jornalismo ambiental, planejamento gráfico, formação de professores.

² Professor no curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso-UFMT/CUA. Principais áreas de interesse e atuação acadêmica: Jornalismo audiovisual (Telejornalismo e produção audiovisual jornalística para internet), Criação visual, Crítica de Mídia, Jornalismo e História, Jornalismo e Semiótica e Cultura brasileira.

³ Professor (em período de afastamento) das Faculdades Adamantinenses Integradas. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Publicidade e Propaganda e Informação, atuando principalmente nos seguintes temas: Educação: Pedagogia Universitária nos cursos de Publicidade e Propaganda; Publicidade e Propaganda: Planejamento de Campanha, redação publicitária, criatividade e Informação.

⁴ Jornalista. Graduada pelo Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal de Mato Grosso/UFMT-Câmpus Universitário do Araguaia.

VISUAL LANGUAGE AS A PRODUCER OF MEANINGS IN JOURNALISTIC DISCOURSE: AN ANALYSIS OF THE NEWS COVERAGE OF THE ACCIDENT OF THE CHAPECOENSE SOCCER TEAM

ABSTRACT: In this article we analyze the graphic visual discourse of the cover of four popular Brazilian daily newspapers about the aerial disaster with the Chapecoense soccer team, in november 2016, in Colombia. The objective is to highlight the importance of visual language in the construction of meanings in journalistic messages. The corpus is formed by the covers of the newspapers Extra, Meia Hora, Correio Braziliense and Estado de Minas on November 30th, 2016. We initially carried out a literature review about the role of news design, graphic design, visual language and verbal-visual communication, and then, an analysis of graphic elements and compositional strategies of messages based on Discursive Semiotics principles. We observe that the visual construction of the covers evokes either negative meanings, such as sadness, mourning and pain, or, surprisingly, positive effects, such as victory, overcoming and union, in a discursive strategy of affective approximation with the readers through the emotional function of the language used.

KEYWORDS: visual language, production of meaning, journalistic discourse.

EL LENGUA VISUAL COMO PRODUCTORA DE SENTIDOS EN EL DISCURSO PERIODISIS: ANÁLISIS DE LA CUBIERTA DEL ACCIDENTE DE LA CHAPECOENSE

RESUMEN: En este artículo analizamos el discurso visual gráfico de la portada de cuatro diarios brasileños de amplia circulación en la cobertura del desastre aéreo con el equipo de la Asociación Chapecoense de Fútbol en noviembre de 2016 en Colombia. El objetivo es evidenciar la importancia del lenguaje visual en la construcción de sentidos presentes en los mensajes periodísticos. El corpus es formado por las portadas de los periódicos Extra, Meia Hora, Correio Braziliense y Estado de Minas del día 30 de noviembre de 2016. Realizamos, inicialmente, una investigación bibliográfica sobre el papel del diseño de noticias, del diseño gráfico y del lenguaje visual en la comunicación visual y verbo-visual y, a continuación, un análisis de los elementos gráficos y estrategias compositivas de los mensajes, basada en principios de la Semiótica Discursiva. Se observa que la construcción visual de las capas evoca sentidos negativos como tristeza, luto y dolor, ora, sorprendentemente, efectos positivos, como victoria, superación y unión, en una estrategia discursiva de aproximación afectiva con los lectores por medio de la función emotiva del lenguaje utilizada.

PALAVRAS CLAVE: lenguaje visual, producción de sentidos, discurso periodístico.

Introdução

Quando se pensa em meios jornalísticos impressos, é quase automático atribuir importância maior aos elementos verbais na produção das mensagens e seus sentidos. Entretanto, cada vez mais os veículos estão se atentando para a importância crucial da linguagem visual no estabelecimento de uma comunicação mais efetiva e atraente com o público leitor, especialmente na época atual, em que os meios impressos lutam pela sobrevivência em um mercado altamente competitivo e em crise financeira. Conquistar mais leitores, ou pelo menos manter os que já se possui, se torna um desafio para as empresas de mídia jornalística.

Assim, ganha importância o chamado design de notícias, um recurso a mais usado por jornalistas no processo de produção noticiosa e de interação inteligível e sensível com o público. Neste trabalho analisamos a cobertura realizada por quatro grandes jornais brasileiros a respeito do acidente com o avião que transportava a equipe de futebol da Associação Atlética Chapecoense nos atendo à importância do design de notícias como produtor de sentidos, que busca fazer a mediação entre a produção jornalística e os leitores seguindo princípios gráficos de funcionalidade e estética.

O acidente ocorreu no dia 29 de novembro de 2016, na Colômbia. O avião fazia o transporte dos jogadores, diretoria, equipe técnica e jornalistas que os acompanhavam em direção à cidade de Medellin, onde seria disputada a primeira partida da final da Copa Sul-Americana de 2016. 71 pessoas morreram e seis ficaram feridas. O desastre gerou grande comoção aqui no Brasil e tornou-se também destaque nos principais jornais do mundo.

O corpus de análise é composto pelas capas dos jornais Extra e Meia Hora, ambos do Rio de Janeiro, Correio Braziliense, de Brasília, e Estado de Minas, de Belo Horizonte, todos do dia 30 de novembro de 2016. A análise de um mesmo tema coberto

por diferentes veículos permite evidenciar como os elementos visuais pensados a partir da linha gráfico-editorial de cada jornal influenciam na maneira como a mensagem atinge seu público-alvo e os sentidos potencialmente gerados. Dessa forma, buscou-se analisar os elementos gráficos e as estratégias compositivas utilizadas pelos quatro veículos para compreender como o design de notícias contribui visualmente para a construção narrativa dos acontecimentos e seus sentidos.

A importância do design de notícias para o jornalismo impresso

Discutir o design de notícias no impresso torna-se importante nos dias de hoje já que tal conceito provoca transformações na *práxis* jornalística, ou seja, no fazer e pensar o jornalismo, servindo como um aliado para chamar a atenção dos leitores, atingindo-os de forma inteligível e sensível. A informática e seus aplicativos voltados à programação gráfica conduzem a uma redefinição do desenho dos jornais e das revistas. Assim, “o design gráfico revisa sua identidade com o intuito de estabelecer novos paradigmas”, afirma Gruszynski (2001, p. 30).

Contudo, é importante que se pense no projeto gráfico aliado à identidade do veículo e, nesse sentido, o bom senso do designer de notícias em conhecer a política editorial do jornal faz toda a diferença. Carnicel (1999) acredita ser possível desenvolver um design de notícias dinâmico, agradável e moderno sem prejudicar a personalidade de determinado veículo.

Ao construir as páginas do impresso, seja a capa ou as folhas internas, é necessário que o projeto siga um padrão intrínseco ao veículo, ou seja, siga um padrão gráfico coerente com a linha editorial do veículo promovendo uma identidade visual própria e claramente reconhecível. Além disso, é preciso pensar nos aspectos semióticos desses arranjos, ou seja, como essa linguagem produzirá sentidos. Dentro desta perspectiva, o designer de notícias assume, então, o papel de mediação entre a informação jornalística e o leitor. Portanto, ao pensar a organização da página, deve-se

saber como dizer, levando-se em consideração o perfil, inclusive, do caderno que se propõe a diagramar. Cauduro (1998, p. 81) acredita que a programação visual só é eficiente quando combina “na devida proporção técnica, emoção e razão (...) para representar tanto as intenções de autores quanto os desejos dos leitores”. O conteúdo e o desenho da página devem ser complementares, ao invés de um sobrepor-se ao outro, de modo que, ligados, tornem-se um só, com total harmonia e unidade.

Essa mediação é influenciada pela escolha dos diversos componentes gráficos que estão à disposição do diagramador e compõem a página. O design, segundo Gruszynski (2001, p. 54),

(...) visa obter determinadas respostas e efeitos do público a que se dirige. Entretanto, ao buscar certas reações de sua audiência, o design utiliza diferentes recursos e estratégias, transmitindo por uma infinidade de possibilidades de articulação das mensagens em seus aspectos visuais.

É assim “que o design gráfico se especializa e passa a atuar num universo de códigos e práticas próprias” (PIVETTI, 2006, p. 14), já que é a partir dele que se direciona todo o fluxo da informação e diagramação, seguindo o perfil do veículo e leitor desejado. Portanto, o espaço gráfico da publicação evidencia a relação entre forma e conteúdo, já que as decisões de ordem editorial também são balizadas por diversos parâmetros que se relacionam ao modelo final do objeto impresso.

Um jornal é um veículo que transmite notícias e ideias. O design é uma parte integrante deste processo. Nós começamos com uma folha branca de jornal e um mosaico de ideias que queremos comunicar e essa é a função do design de jornais: apresentar esse mosaico de um modo organizado e compreensivo. Para fazer isso, o design usa um tipo de texto, um tipo de exposição, fotografias, linha de trabalho, espaço em branco e uma sequência de páginas na mais adequada combinação (EVANS apud ZAPPATERRA, 2007, p.7).

A linguagem gráfica com a qual o conteúdo editorial é exposto aos leitores sugere um modelo interpretativo do mesmo modo que, a partir de seus elementos

compositivos, expressa o propósito singular de sua manifestação. Portanto, “é no contexto da cultura de trabalho específico (...) que um projeto gráfico editorial elabora suas bases, sua linguagem e sua própria práxis de atuação” (PIVETTI, 2006, p. 14).

Assim, o design de notícias passou a designar não só a atividade de dar forma inteligível e sensível à notícia nos meios predominantemente visuais, mas também de pensá-la e planejá-la. (MORAES, 2002). Por conseguinte, os meios impressos não podem mais desvincular os aspectos verbais dos visuais na produção das notícias. Exige-se, hoje, que ambos os pontos sejam tratados de forma prudente, ética e harmônica. Cada um com suas forças e especificidades, porém caminhando para um ponto comum: levar ao leitor informações com qualidade e aspecto visual agradável. Soma-se a isso também, como foi mencionado, um papel semiótico importante do design de notícias na produção de sentidos a respeito das notícias veiculadas.

É válido ainda dizer que a comunicação visual deve refletir a identidade da comunidade para a qual o veículo é destinado. É imprescindível que a página interaja com o leitor e este, por sua vez, identifique-se com o produto. Além disso, é necessário experimentar e surpreender o público. Segundo Lockwood (1992), os jornais são uma forma de comunicação predominantemente visual. Para o autor, no jornalismo impresso a forma e o conteúdo são unidades indissociáveis e inseparáveis; ao mesmo tempo, reforça que os jornalistas desse meio deveriam aprimorar sua aptidão visual, já que atualmente os jornalistas se preocupam mais com o texto que com o aspecto visual em si. Gruszynski e Golin (2011, p. 73) afirmam que “a personalidade gráfica de um jornal implica em uma continuidade de seu estilo, que se manifesta, em um primeiro momento, através de sua capa, pois é ela que permitirá ao leitor identificar de modo imediato a publicação”. Assim, em situações como o acidente da Chapecoense torna-se interessante analisar como o design de notícias, fruto de opções e estratégias enunciativas conscientemente adotadas, interage com as emoções da comunidade em que o jornal está inserido.

Metodologia

O trabalho realizado está, inicialmente, abarcado por um estudo exploratório. Entende-se como pesquisa exploratória o primeiro passo para qualquer pesquisa, “que acontece quando o tema escolhido é pouco explorado e o pesquisador precisa conhecê-lo amplamente” (REIS, 2008, p. 50). Toda pesquisa exploratória possibilita aproximar o pesquisador do tema e do objeto de estudo, construir questões importantes para o trabalho, proporcionar uma visão geral acerca de determinado fato ou problema e possibilitar a primeira aproximação do pesquisador com o tema de estudo e com a análise de exemplos que ampliam o tema a ser estudado (REIS, 2008, p.55).

É importante ressaltar que na pesquisa exploratória inclui-se ainda a pesquisa bibliográfica, já que “proporciona maiores informações sobre o tema que o pesquisador pretende abordar, auxilia-o a delimitá-lo, a descobrir uma forma original de desenvolver o assunto objeto da pesquisa exploratória” (CIBERELLI, 2003, p. 54). Nesse sentido, foi feito um levantamento bibliográfico acerca do design de notícias, diagramação, projeto gráfico e comunicação visual.

Realizada a primeira etapa metodológica, analisamos, por meio de um estudo de caso, as capas dos jornais Extra, Meia Hora, Correio Braziliense e Estado de Minas de 30 de novembro de 2016, dia seguinte ao acidente aéreo. Para Stake (2000 apud MAZZOTTI, 2006), o estudo de caso se caracteriza justamente por esse interesse em casos individuais, os quais podem ser os mais variados. Por meio do estudo de caso foi possível conhecer o papel que o design de notícias exerceu na construção do discurso jornalístico, que não se restringe apenas ao texto escrito, a partir das características e peculiaridades que abarcam o grande tema de comunicação visual e gráfica.

Para auxiliar na análise dos elementos visuais que compõem as capas selecionadas, também aplicamos alguns dos elementos fundamentais da Semiótica Discursiva (também conhecida como Semiótica Francesa ou Greimasiana), principalmente em seus desdobramentos na Semiótica Plástica, que se volta para o

estudo dos elementos visuais para entender a construção dos sentidos nas mensagens a partir do procedimento metodológico do Percurso Gerativo de Sentido (PGS), conforme as proposições de Brito (2012), Oliveira (2004) e Pietroforte (2007 e 2008).

Tendo em vista que, ao fazer a análise de um “texto” (entendido, semioticamente, como um todo de sentido, ou seja, no caso analisado, como linguagem sincrética, que conjuga o verbal e o visual), não é necessário percorrer todos os três níveis do PGS (fundamental, narrativo e discursivo), mas sim aqueles que forem mais relevantes ao que o analista quer observar. Assim, nos limitaremos ao nível discursivo, no qual se encontram as figuras e temas, e, especialmente, ao nível fundamental do PGS. É nesse nível que se inicia o processo de construção do sentido de um texto, partindo do jogo de oposições semânticas, e se define o valor que será instalado na mensagem, se esta terá um sentido eufórico (positivo) ou disfórico (negativo).

Segundo Brito (2012), para examinar um texto por esse primeiro nível do percurso gerativo, é preciso realizar um processo de abstração que permita identificar uma forma elementar do seu sentido geral. É a partir desse conceito inicial que surge a ideia fundamental e se constrói a mensagem com os elementos textuais e visuais, presentes no nível discursivo. Aliado a essa análise, lançamos mão também da observação dos elementos plásticos, fundamentais para a construção de sentidos nos textos visuais.

Análise das capas

Extra

Começamos a análise pela capa do jornal Extra (fig. 1). Ela apresenta a figura visual de uma fita de cor verde em fundo branco, sem o uso de tipografia com manchete, trazendo somente um texto com a fonte utilizada no corpo dos textos verbais em que é apresentado um resumo dos fatos e se faz uma homenagem às vítimas do acidente aéreo.



Fig. 1. Capa do jornal Extra, 30/11/2016

No nível fundamental do PGS, podemos dizer que a capa apresenta a oposição semântica /tristeza/ x /alegria/, em que a sanção do enunciador jornal é disfórica, pois busca representar no arranjo gráfico o sentimento de perda, de luto. Em uma perspectiva semântica ainda mais profunda e irreduzível, a oposição enunciada é /vida/ x /morte/ à qual a oposição /alegria/ x /tristeza/, com predominância do elemento /tristeza/, se liga. Chama atenção a falta de uma manchete em destaque, que não foi necessária para explicar sobre o que se tratava a figura visual em destaque, tendo em vista que o fato já havia sido divulgado amplamente na internet e na TV antes da edição impressa ir às bancas e já não se tratava mais de algo inédito para o público.

Embora apresente figuras verbais (um pequeno texto informativo), a mensagem chama atenção mais pelo imagético, ou seja, pelos elementos figurativos e plásticos. Essa falta de manchete serve também como uma forma de homenagem, considerando-se o hábito de se fazer um minuto de silêncio durante jogos de futebol no caso de morte de alguém ligado ao esporte.

A figura de destaque, uma fita verde, nos remete a um símbolo que é utilizado por grupos de pessoas mobilizadas por um acontecimento ou causa em comum, como em campanhas de saúde (por exemplo, fita azul em campanhas de prevenção ao câncer

de próstata, amarela nas campanhas de prevenção ao suicídio e rosa nas de prevenção ao câncer de mama).

Mais comumente, quando se usa o símbolo da fita no caso de luto, ele aparece na cor preta. No entanto, na capa do jornal Extra, em vez da cor preta foi utilizada a verde para representar o luto. Não por acaso essa é a cor oficial do time da Chapecoense, além de remeter ao próprio futebol, que tem nos campos gramados um dos seus símbolos. O verde também substituiu a cor vermelha no triângulo da logo do jornal Extra, uma alteração nos elementos fixos de repetição que dão a identidade do jornal. Essa alteração, no entanto, não prejudicou a identidade do veículo, mas serviu como forma de o jornal mostrar solidariedade às vítimas do acidente, como é evidenciado no começo do pequeno texto na parte inferior da capa, iniciado pela frase “perdemos todos”. Acontece no uso desse recurso figurativo e cromático uma contaminação semântica entre o sentimento de luto e tristeza compartilhado pelos torcedores, entre o próprio time da Chapecoense e deles com o próprio jornal. É como se o Extra estivesse sinalizando para seus leitores que, naquele momento, ele, jornal, o time da Chape e o seu público eram uma só coisa, estavam unidos pelo mesmo sentimento de luto.

O fundo branco que contrasta com a fita verde também atua de maneira a reforçar a mensagem de luto, de silêncio pela perda. Diante de tamanha tragédia, nada mais precisa ser dito. O vazio, apenas preenchido pela figura da fita verde, simbolizando o luto no futebol e na Chape, já é eloquente.

Segundo Collaro (2007), a exposição a determinadas cores provoca reações no consciente e no inconsciente dos leitores, que podem ser diferentes de acordo com as experiências culturais de uma determinada pessoa ou grupo, e, embora não se possa determinar exatamente a reação que provocará, é possível levantar algumas hipóteses. Sobre o branco, ele afirma:

O branco, que é a reunião de todas as radiações, quando usado na mídia, remete a um sentimento de paz, de isolamento. Culturalmente,

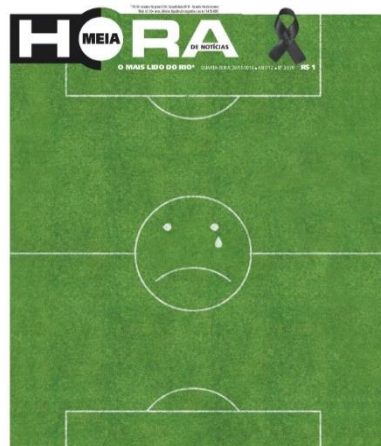
pode sugerir uma passagem de planos espirituais, por exemplo, como acontece nas religiões orientais. (COLLARO, 2007, p. 27).

Embora o preto seja a cor mais utilizada na cultura ocidental para representar o luto, no caso dessa capa, o branco teve o mesmo efeito, contribuindo para o sentido de isolamento e tristeza buscado pelo jornal.

Plasticamente, além da cor, o tamanho e a posição da figura da fita no espaço da página também são relevantes, pois, ao optar por uma figura de tamanho expressivo, que ocupa praticamente metade do campo visual da página, o jornal sugere para o público o tamanho da importância com ele trata da tragédia e a intensidade do seu engajamento em relação a esse acontecimento, apelando, mais uma vez, a mais uma estratégia sensível de aproximação e identificação com o sentimento de comoção provavelmente vivido pelo seu leitor naquele momento.

Meia Hora

A capa do jornal Meia Hora (figura 2) apresenta uma composição gráfica semelhante à do Extra, fazendo uso dos mesmos elementos cromáticos. Em um nível fundamental, ele também trabalha com o jogo de oposição entre /alegria/ x /tristeza/, /vida/ x /morte/, com um valor também disfórico predominante da tristeza/morte em relação à alegria/vida.



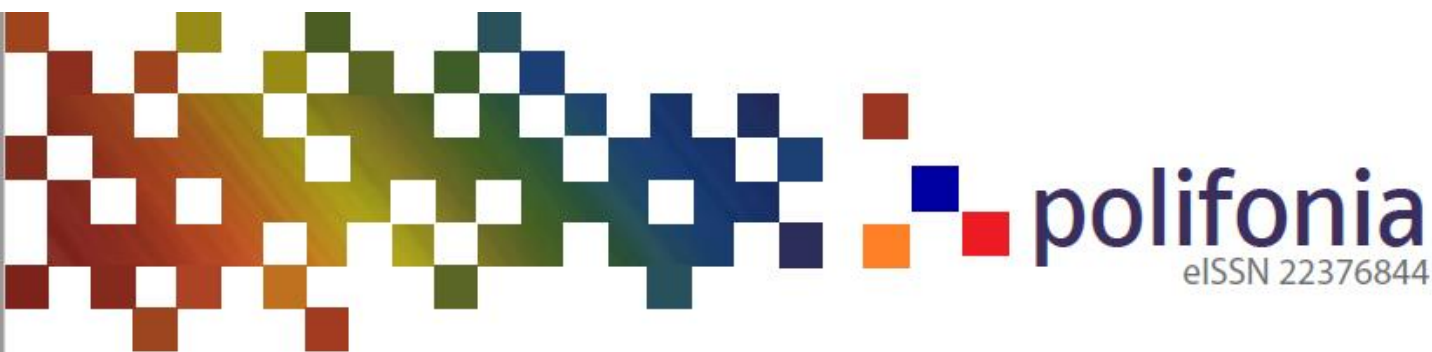


Fig. 2. Capa do jornal Meia Hora, 30/11/2016

Em princípio, a capa chama atenção por apresentar, predominantemente, figuras imagéticas (o próprio nome do jornal também pode ser considerado, analiticamente, simultaneamente uma figura verbal e imagética), com destaque à representação de um campo de futebol verde, cuja linha de centro é a figura minimalista de um rosto que chora, um ícone semelhante a um *emoji* de rede social.

Os elementos de repetição do jornal também foram alterados para demonstrar luto, tendo as cores da logo, tradicionalmente marcada pelo vermelho, preto e branco, sendo substituídas apenas pelo preto e branco. Ao lado da logo, para reforçar esta ideia de luto, foi utilizada também a figura da fita em cor preta.

Assim como foi feito pelo Extra, a falta de figuras verbais (texto escrito) na construção dessa mensagem na capa e a economia de elementos figurativos visuais também serve como um recurso de produção de sentido de eloquente silêncio. Porém, no caso do Meia Hora, essa estratégia adquire mais força, pois o jornal normalmente tem a característica de apresentar exagero verbal e visual, com manchetes em fontes garrafais e cromaticamente gritantes. Assim, a ausência de elementos gráficos chamativos significa, em termos de representação visual do luto e do vazio diante da tragédia, muito mais que a possível presença deles na página. Aqui, o jornal valeu-se no processo de produção de sentidos de uma máxima do design gráfico: menos é mais.

No campo imagético, no nível fundamental do Percurso Gerativo de Sentido, a representação da tristeza é mais óbvia que na capa do Extra, tendo em vista a utilização da figura do rosto estilizado, em forma de *emoji*, que derrama uma lágrima no meio do campo. A representação do campo evidencia a perda que a morte de jogadores, equipe técnica e jornalistas esportivos significa para o futebol brasileiro, porém, o jornal também se coloca em luto como fica evidente nas alterações dos elementos visuais fixos

como o nome do jornal, alterado em seu cromatismo tradicional, assumindo as cores preta e branca, apenas.

Nesse arranjo visual, a utilização dos elementos cromáticos desempenha uma dupla significação. Ao mesmo tempo em que o verde representa o gramado dos campos de futebol, ele também serve como representação simbólica da Associação Chapecoense de Futebol. Dessa maneira, o verde que, segundo Collaro (2007), normalmente nos remete a elementos como tranquilidade e bem-estar, ou à natureza, frescor, neste caso em especial passa a ter um sentido de tristeza por remeter diretamente à Chapecoense e sua perda. Ou seja, ao utilizar essa estratégia plástica no design gráfico da capa, ao mudar o contexto de sua aplicação, o jornal ressignifica a simbologia tradicional da cor verde na cultura ocidental.

Estado de Minas

Já o Estado de Minas (fig. 3) adota uma abordagem que se afasta do Extra e do Meia Hora, a começar pelo nível fundamental de sua construção semiótica, que se realiza a partir do jogo de oposição entre /vitória/ (que tem valor eufórico), x /perda/ (de valor disfórico).



Fig. 3. Capa do jornal Estado de Minas, 30/11/2016

A mensagem verbal se constrói em cima da figura visual de uma camisa verde, que nos remete ao uniforme Chapecoense, no qual se destaca uma faixa branca e dourada com a palavra “Campeões”. No canto superior direito é possível ver a figura do escudo da Chapecoense com suas cores originais, verde e branco, alteradas para preto e branco como forma de remeter, semanticamente, ao luto e tornar evidente o objeto tratado pela mensagem. A manchete do jornal vem destacada em fonte branca no canto inferior esquerdo “Porque nem a morte vence os sonhos”, seguida do título e uma chamada na qual se faz um breve resumo dos acontecimentos envolvendo o acidente. Traz um contexto histórico do time e trata da comoção gerada pelo acidente, assim como a declaração da Chapecoense como campeã da Copa Sul-Americana pelo time adversário.

Nesse sentido, a publicação se diferencia do Extra e do Meia Hora por abordar um aspecto que não se limita à perda, trazendo a homenagem feita em forma de título ao clube e dando destaque à reação da população sobre o ocorrido. Afirma-se que a tragédia aérea conseguiu uma conquista inédita de unir todo o país, que adquire o sentido eufórico de vitória, reforçado também pela utilização do cromatismo dourado, frequentemente relacionado à riqueza ou, principalmente no esporte, à representação de vitória em uma competição. Aqui, a oposição de base /vida/ x /morte/, no nível fundamental do PGS presente nas capas anteriores, se inverte em sua valoração, tendo o elemento /vida/ um valor maior através da correspondente oposição /vitória/ x /derrota/, em que a vitória é o elemento mais forte. Nos sentidos construídos pelo arranjo verbo-visual da capa, apesar da tragédia, restou algo positivo: a união criada em torno de um fato negativo e, por isso, a Chapecoense já poderia ser considerada vitoriosa. Metaforicamente é uma vitória sobre a tragédia, sobre a tristeza e sobre a própria morte.

O aspecto emocional do ocorrido é reforçado pela figura visual de uma criança com a camisa da Chapecoense ao lado esquerdo da chamada com legenda que a

identifica como um torcedor desolado na Arena Condá (no município de Chapecó), representando o sofrimento da torcida, apelando para o emocional do leitor com a utilização da figura de uma criança triste e cabisbaixa.

Outro elemento que o diferencia das capas anteriores é o fato de apresentar diferentes destaques da publicação, mesmo que tratando do mesmo tema, com exceção de uma pequena chamada na parte inferior da página, que trata de um fato na política ocorrido no mesmo dia. Percebe-se a linha editorial do jornal voltada ao público regional, pois a manchete principal serve de gancho para uma matéria com times mineiros, aproximando o público do tema.

É importante ressaltar que o Estado de Minas utiliza alguns elementos gráficos em comum com as outras publicações, especialmente no aspecto cromático. A utilização do verde, do branco e do preto neste caso serve como uma forma de unidade com o tema. O leitor irá ver e, mesmo antes de ler a manchete, identificar visualmente que se trata do acidente com o time. Outro elemento em comum é a utilização da fita preta de luto, incorporada ao título do jornal, que também foi alterado de maneira sutil em função do tema, sendo a fonte do título, normalmente azul, substituída pela cor verde, criando, também, um sentido de partilha, de identificação do jornal com o sentimento coletivo de tragédia em função do acidente.

Correio Brasiliense

Por fim, a capa do Correio Brasiliense (fig. 4) é a que mais se afasta dos aspectos utilizados pelas outras publicações analisadas.



Fig. 4. Capa do jornal Correio Braziliense, 30/11/2016

No nível fundamental do PGS, ela trabalha com o sentido de união, que tem valor eufórico, em oposição à separação, de valor disfórico. Esse sentido é evidenciado figurativamente pela utilização de uma ilustração que apresenta pessoas com diferentes características físicas, idade e sexo, vestidas com camisas de times de futebol diferentes, todas voltadas para o céu, onde se vê o escudo da Chape.

Assim como no Estado de Minas, a capa do Correio Brasiliense apresenta uma chamada com uma pequena homenagem e um resumo dos fatos que envolveram o acidente, ressaltando a forma como ele uniu a população brasileira. Na parte inferior apresentam-se os principais destaques do jornal, com fotos e chamadas, todos tratando de diferentes aspectos do acidente aéreo.

Um aspecto no qual o Correio Braziliense se diferencia dos anteriores é o uso das cores. Predomina o tradicional preto, representando o sentimento de tragédia, de luto, em contraste com o branco do escudo, das estrelas e das fontes utilizadas. A diversidade de cores na figura tem a função de representar a diversidade de pessoas que estão em união pelo ocorrido. Não existe a predominância do verde, porém, não se Polifonia, Cuiabá-MT, v. 25, n.38.1, p. 193-388, maio-agosto.2018.

perde a referência ao time, tendo em vista que o escudo é representado na parte superior da página, ponto de maior atenção visual para o leitor.

A figura com a representação do escudo no céu envolto por estrelas em junção com a manchete “E em algum lugar entre as estrelas...” faz uma associação com o sentido da mensagem. No futebol, as estrelas são utilizadas como forma de representar uma vitória, uma conquista em um campeonato importante e, normalmente, são bordadas no uniforme do clube ao redor do escudo, no lado esquerdo do peito, sobre o coração. No entanto, em um sentido religioso compartilhado em nossa cultura, elas podem ser a representação de pessoas que já morreram e que estariam no céu. Dessa maneira, se mistura o sentido de campeão a este sentido religioso como forma de homenagem às vítimas, que estariam “em algum lugar entre as estrelas”. Este aspecto também retrata o fato de o clube ter sido declarado campeão da Copa Sul-Americana, noticiado pelo jornal.

Cabe destacar ainda que, apesar de algumas mudanças oportunas no projeto gráfico cotidiano do jornal, como a troca do branco como cor predominante da página pelo preto, o veículo não alterou alguns aspectos essenciais, como seu cabeçalho, rodapé, cor do título ou adição de elementos, como foi observado nos outros exemplos. Dessa forma, a identidade da publicação foi mantida, apesar da mudança cromática significativa.

Considerações finais

A partir da análise das capas desses quatro jornais é possível perceber a importância do design de notícias na construção do discurso jornalístico e como ele deve dialogar diretamente com o leitor para garantir que sua atenção seja captada pela publicação e propiciar também uma eficiente produção de sentidos. Em alguns casos, o visual foi o único elemento presente na capa e, mesmo assim, foi possível identificar o assunto tratado.

Pelas análises foi possível evidenciar como um projeto gráfico bem construído garante a identidade de um veículo, mesmo que alguns elementos cotidianos da publicação sejam substituídos em um caso especial, como se tratou do acidente aéreo com a Chapecoense. Ocorreram mudanças de cores, adição de elementos visuais e cortes de texto escrito, mas mantendo alguns elementos-chave nas capas, continuou sendo possível identificar com facilidade os veículos a que pertencem. Vale ressaltar também que a construção gráfica dialoga com a linha editorial do veículo e deve ser pensada de acordo com o público que ele visa atingir.

Um aspecto importante para uma cobertura como esta é que o design reflete o sentimento do público. É preciso pensar a partir do que se está sendo noticiado como trabalhar a parte visual, caso contrário pode haver um contraste que prejudicaria o entendimento do leitor. Nesse viés, torna-se vital que o jornalista se atente também para o lado visual da notícia em seu trabalho, e não apenas para o texto escrito.

Através dos elementos figurativos e plásticos, especialmente cromáticos, as formas e sua distribuição espacial, as construções visuais das mensagens nas capas evocaram sentidos tanto disfóricos, como tristeza, luto e dor, quanto, também, surpreendentemente, efeitos eufóricos, como vitória, superação e união, em uma estratégia comunicacional de aproximação afetiva com os leitores por meio da função emotiva da linguagem utilizada. Assim, foi possível perceber a importância do design de notícias na construção do discurso jornalístico e como ele deve dialogar diretamente com o leitor. Observou-se que, através do uso planejado e coerente da linguagem visual, os jornais analisados conseguiram efetuar uma comunicação jornalística mais atraente, do ponto de vista estético, e mais eficiente, do ponto de vista semântico, refletindo, através do discurso gráfico, os sentimentos do público em relação à comoção causada pelo desastre aéreo e buscando gerar no leitor um sentimento de identificação baseado no discurso passional, sem, entretanto, caírem no sensacionalismo.

Referências

BRITO, C. L. Elementos de semiótica francesa aplicados à abordagem de textos não verbais e sincréticos. Uberlândia. **Anais do SIELP**. EDUFU: Uberlândia, 2012. v. 2.

CARNICEL, A. **O Projeto Gráfico do Jornal**: elementos para a preservação da identidade visual sem prescindir das inovações tecnológicas. 1999. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/xxii-ci/gt04/04c03.PDF>. Acesso em: 22 set. 2014.

CAUDURO, F. V. A prática semiótica do design gráfico. **Verso & Reverso**, n. 27, jul./dez., 1998.

COLLARO, A. C. **Produção gráfica, arte e técnica da mídia impressa**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. v. 01.

GRUSZYNSKI, A. C. **Design Gráfico**: entre o invisível e o ilegível. 2001. Disponível em: <http://wawrwt.iar.unicamp.br/Gtcompos2001/ana.html>. Acesso em: 23 set 2014.

GRUSZYNSKI, A; GOLIN, C. O projeto gráfico e a visibilidade da cultura no jornal Diário do Sul (1986-1988). **Revista Fronteiras Estudos Midiáticos**. v 13. n.2. p.71-85 maio/agosto 2011. ISSN: 1984-8226.

LOCKWOOD, R. **News by design**: a survival guide for newspapers. Colorado: Quark Press, 1997.

MAZZOTTI, A. J. A. **Usos e abusos dos estudos de casos**. 2006. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/cp/v36n129/a0736129.pdf>>. Acesso em: 22 ago. 2014.

MORAES, A. Luz no fim do túnel: um panorama do design de notícias no Brasil. **Revista Imprensa**, nov., 2002.

OLIVEIRA, A. C. M (org.). **Semiótica Plástica**. São Paulo: Kacker, 2004.

PIETROFORTE, A.V. **Semiótica visual**: os percursos do olhar. São Paulo: Contexto, 2007.

_____. **Análise do texto visual**: a construção da imagem. São Paulo: Contexto, 2008.

PIVETTI, M. **Planejamento e representação gráfica no jornalismo impresso**: a linguagem jornalística e a experiência nacional. São Paulo: Eca (USP), 2006.

REIS, L. G. **Produção de monografia**: da teoria à prática. 2.ed. Brasília: Senac, 2008.

ZAPPATERRA, Y. **Art direction + editorial design**. USA: Abrahams Studio, 2007.