



A Relação Texto e Imagem: Explorando os Signos do Webjornalismo no Amazonas¹

Rômulo Assunção ARAÚJO²
Alexandre Santos de OLIVEIRA³

Fundação Centro de Análise de Pesquisa e Inovação Tecnológica – FUCAPI, Manaus,
Amazonas

Resumo

O advento das tecnologias digitais paralelo ao surgimento da internet trouxe um aperfeiçoamento dos métodos e meios de veiculação de uma mesma notícia. Se antes um acontecimento repercutia apenas no meio impresso, por ondas hertzianas através do rádio e há pouco mais de meio século com o auxílio de imagens em movimento na televisão, observa-se que um meio mais recente popularizou e agregou os três anteriores por meio de uma rede mundial de computadores: a web. Nela encontram-se textos, fotografias, áudios e vídeos, muito usados para noticiar um fato. O nosso objeto de estudo é uma mostra desse gigante e crescente espaço nos dias atuais, uma análise semiótica de uma mesma notícia, em vídeo na internet, veiculada por três veículos de comunicação da cidade de Manaus: os jornais Acrítica, D24am e Emtempo Online, com suporte de estudos da complementaridade, por meio da semiótica.

Palavras-chave: Jornalismo; Videoreportagem; Semiótica; Convergência tecnológica; Internet;

Introdução

Não é exagero dizer que vivemos em um mundo imagético. Desde que o homem passou a observar o mundo ao seu redor e percebeu que podia registrá-lo – a partir disso, incluem-se desde as pinturas rupestres, a descoberta dos primeiros processos fotográficos, de filmes e derivados, a imagem faz parte da vida e do trabalho das pessoas. Com isso, recentemente estudiosos passaram a questionar esses registros, não somente da imagem e do som, mas da linguística, e posteriormente, esse estudo foi chamado semiótica. Santos (2003, p.27) fala sobre a importância da interpretação em vez de seu significado.

O cientista norte-americano Charles Sanders Peirce dava corpo à ciência dos signos, cuja função é classificar e descrever todos os tipos de signos, inclusive os linguísticos. No caso da Semiótica o que menos importa é o significado do signo e sim a interpretação que dele é feita, porque o signo precisa, antes de tudo, ser percebido por quem vai interpretá-lo. (SANTOS, 2003, p.27)

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pós-graduando em Design, Comunicação e Multimídia da FUCAPI-AM, email: romulo.ara@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Design, Comunicação e Multimídia da FUCAPI-AM, email: olialx@gmail.com



Se por um lado essa ciência busca descrever os signos, por outro é preciso considerar a influência cultural de quem vai interpretar a ideia, a mensagem ou o objeto, o que neste caso pode implicar em conhecer seu significado para poder fazer uso ou retransmitir a ideia. Nesse ponto, a semiótica ajuda a entender melhor conceitos, de um campo de estudo em discussão ainda jovem, como tratam Santaella e Noth (2004, p.73).

Embora seja relativamente consensual que se trata de uma ciência dos signos, as definições de signos diferem de uma escola para outra além de que se trata de um campo plural e heteróclito de pesquisas cuja cartografia como em qualquer outra ciência implica muitos anos de estudos para ser aprendida. Além da heterogeneidade que lhe é característica também há uma diversidade de níveis em que a semiótica é concebida como ciência. (SANTAELLA; NOTH, 2004, p.73)

Logo, a semiótica continua sendo encarada por alguns como uma vertente de estudo de muitas interpretações, principalmente, com pontos de vista diferentes de cada grupo que a estuda, mesmo com sua heterogeneidade e pluralidade, fatores que podem ser vistos como negativo para considerá-la como ciência. De outro modo, há algum tempo, a comunicação desponta como uma ciência que é mais do que simples troca de informações, já que utiliza códigos e signos com interferências culturais e sociais. Santos (2003) complementa que:

O ser humano emprega a comunicação para expressar ideias, sentimentos, orientar-se, coagir, narrar histórias, persuadir, exercer controle, conectar-se ao mundo, manipular, transmitir conhecimento, organizar seu pensamento e suas atitudes. A comunicação pressupõe sempre alguma forma de interação entre os seres humanos. (SANTOS, 2003, p.09)

Por conseguinte, comunicação e semiótica pressupõem um encontro natural de duas ciências que andam juntas, embora seus estudos sejam distintos. Mas, é interessante observar e até analisar que o mundo ao nosso redor evolui em seus processos comunicativos. Um exemplo é a internet, que agrega conteúdos diversos como os audiovisuais, fator que tem sido muito aproveitado pelos que trabalham com conteúdos jornalísticos, como o crescente mercado de videorreportagem. Thomé (2011, p.41) aborda que “a facilidade em disponibilizar conteúdos audiovisuais na web junto das câmeras integradas a quase todos os tipos de tecnologias móveis, tornou o formato mais conhecido entre os internautas.”.



Assim, a tecnologia pode ser vista, hoje, como uma aliada do webjornalismo, conforme ressalta Prado.

A multimídia é elemento fundante da era do webjornalismo. Muito além do jornalismo, trata-se da possibilidade de produzir vídeos, slideshows e microdocumentários muitas vezes com esmero estético apurado, o que inclui roteiro, trilha musical e etc. (PRADO, 2011, p.125)

Os conteúdos audiovisuais disponíveis hoje na web, não necessariamente, foram feitas para a web. Alguns foram produzidos para a televisão, mas são inseridas na internet, como no caso dos vídeos. A seguir, exemplos de produções audiovisuais sobre um mesmo fato, inseridos na internet. Esta pesquisa busca entender e explicar, por meio das teorias, a relação texto x imagem, por meio de uma análise semiótica.

2 – A notícia informada sob três óticas

É terça-feira, 24 de janeiro de 2012. O Brasil respira aceleradamente às vésperas do maior evento esportivo da Terra: a Copa do Mundo do Futebol, prevista para ser realizada em junho de 2014. Doze cidades-sede se preparam para receber os jogos desse evento. A construção ou reforma e ampliação dos estádios é a principal obra, e em Manaus não é diferente.

Na data citada, o vice-governador do Amazonas, José Melo, e o presidente do Tribunal de Contas do Estado do Amazonas, Érico Desterro, estiveram no local das obras da Arena Amazônia, que surge no lugar do antigo Estádio Vivaldo Lima. O motivo da visita, que atraiu a imprensa local, foi o acompanhamento do TCE-AM em fiscalizar se os investimentos previstos estão sendo feitos, sem acréscimos e/ou alterações. Tal fato representa aos veículos de comunicação de impresso, rádio, TV e internet, mais um de repercussão factual e rotineiro.

Este artigo faz uma breve análise semiótica, e para isto, foram escolhidos três vídeos com esta notícia, publicados em três portais jornalísticos de três veículos de comunicação de Manaus: Acritica.com, Emtempo Online e D24am.

Entretanto, é importante ressaltar que os três portais citados, são de três grandes empresas de comunicação da capital Amazonense que começaram e cresceram como



empresas de jornais impressos: Jornais Acritica, Amazonas Emtempo e Diário do Amazonas, que em suas evoluções buscaram expandir para Rádio, TV e Internet seus conteúdos.

Na web, é notório que esses portais jornalísticos mesclam seus conteúdos produzidos em busca de reaproveitá-los, como é o caso dos vídeos – nosso objeto de estudo neste artigo. O Acritica, além de produzir vídeos específicos para o portal, também publica as matérias e programas da TV Acritica, assim como, o Emtempo online que somente publica o conteúdo feito para a TV Emtempo, diferente do D24am, que possui produção exclusiva para a web.

Quanto aos vídeos jornalísticos – reportagens de TV na Web (Emtempo e Acritica) e videorreportagem (D24am), Thomé (2011, p.11) ressalta a estrutura estabelecida, no jornalismo tradicional, para a produção e veiculação das matérias nas emissoras de televisão: o *off* – locução do texto sobre a imagem, *sonoras* – depoimentos das fontes que reforçam o assunto da *reportagem e/ou passagem* – repórter aparece no vídeo para dar alguma informação, entre outras como *cabeça*, informação lida pelo apresentador, ou *trilhas e sobe sons*, áudios (músicas e efeitos) utilizados durante o vídeo.

Por seu turno, Thomé (2011, p.11) cita ainda que “a produção, por sua vez, envolve repórteres, pauteiros e produtores.”, formato que na videorreportagem é rompido, como explica a autora.

A videorreportagem faz uso de algumas práticas para se produzir, captar e editar uma história. No passado, uma reportagem para televisão só era possível de ser realizada por uma equipe composta por, no mínimo, três pessoas ao redor de uma câmera de grande porte. Atualmente, os equipamentos que eram grandes e pesados ficaram compactos e leves. Por isso, o repórter tornou-se capaz de sair para a rua e produzir suas próprias matérias. O formato se apropria de todas as tecnologias: fotografia, sons, vídeos, internet. Assim o profissional torna-se multimídia. (THOMÉ, 2011, p.13)

Há algumas questões a se considerar, como a linguagem dos vídeos na web, a plataforma em que se encontram, a maneira como são divulgados, por meio das redes sociais, por exemplo, as páginas em que se encontram e a que outras notícias (independente do formato), estão ligadas. Mas, no caso dos três vídeos parece haver

uma linguagem própria. Santaella e Noth definem a relação imagem, texto e contexto verbal como “íntima e variada”.

A imagem pode ilustrar um texto verbal ou o texto pode esclarecer a imagem na forma de um comentário. Em ambos os casos, a imagem parece não ser suficiente sem o texto, fato que levou alguns semioticistas logocêntricos a questionarem a autonomia semiótica da imagem. A concepção defendida de que a mensagem imagética depende do comentário textual tem sua fundamentação na abertura semiótica peculiar à mensagem visual. A abertura interpretativa da imagem é modificada, especificada, mas também generalizada pelas mensagens do contexto imagético. O contexto mais importante da imagem é a linguagem verbal. Porém, outras imagens e mídias, como por exemplo, a música, são também contextos que podem modificar a mensagem da imagem. (SANTAELLA; NOTH, 2005, p.53)

Questionar a dependência da imagem de um conteúdo verbal é um fator que tem causado incômodo em alguns e conforto em outros, por considerar que o conteúdo imagético não é autônomo e que logo a abertura interpretativa recebe uma limitação quanto acompanhada de um comentário textual. Santaella e Noth (2005, p.54) também discorrem sobre uma questão que muitas vezes passam despercebidas por quem trabalha com meios de comunicação de massa, tais como o vídeo: a relação redundância, informatividade e complementaridade.

Santaella e Noth (2005, p.54) citando Barthes (1964), perguntam: “Será que a imagem é simplesmente uma duplicata de certas informações que um texto contém, e, portanto, um fenômeno de redundância, ou será que o texto acrescenta novas informações à imagem?”

O que se observa diariamente seja em conteúdos televisivos ou em produções transpostas para a internet é que essa pergunta está cada vez mais com respostas positivas, já que as imagens mostradas e comentadas são meras repetições, em vez de uma nova informação.

A partir da contextualização das produções de vídeos jornalísticos e do questionamento e discussão sobre a relação imagem e texto, é possível descrever e analisar a mesma notícia, sob as três óticas dos jornais, conforme notícia e critérios técnicos contextualizados anteriormente, a fim de identificar os pólos de redundância ou informatividade.

2.1 – Acritica.com

O vídeo está inserido na sessão ‘Manaus’, do portal, como é possível ver na Figura 1, acompanhado do título e de uma breve explicação sobre do que se trata o vídeo. É, antes, válido ressaltar que o portal acritica.com está inserido dentro do portal UOL e que os vídeos também estão nesta plataforma própria.

A reportagem inicia com uma vinheta (vídeo curto com ou sem som, identificando uma empresa ou grupo, geralmente de comunicação) de 3 segundos com o dizer: ‘acritica na tv’. Em seguida, uma imagem da comitiva caminhando pelo local de obras e o off dizendo “Em vez de fiscalização, sobrou cortesia”, precedido de imagens do local que complementam a narração apresentando o assunto, seguido alternadamente pela utilização de sonoras do presidente do Tribunal de Contas do Estado do Amazonas – TCE-AM, Érico Desterro, do vice-governador do Amazonas, José Melo e do Coordenador geral de projetos da Copa do Mundo no estado, Miguel Capobianco, com a devida identificação em caracteres sobre o vídeo, o que sugere uma relação de complementaridade, como explica Santaella e Norh, citando Barthes:

Denominação ou etiquetamento: a palavra designa a coisa ou pessoa mostrada na imagem. Trata-se de uma relação complementar, na qual texto e imagem mantêm suas funções semânticas próprias. Por um lado, o objeto é mostrado como imagem; por outro, citado como palavra. (SANTAELLA e NOTH, 2005, p.56)

As informações da matéria, que no total tem 2 minutos e 9 segundos, utiliza somente imagens feitas no próprio local da visita técnica, mesmo o texto apresentando dados e informações que sozinhas poderiam gerar ao expectador outra imagem mental, assim como imagens que não necessariamente são explicadas no off. Temos aí, novamente, uma situação de complementaridade, também explicitada por Santaella e Norh, como vantagem, já que a palavra e a imagem devem utilizar as variadas “expressões semióticas de ambas as mídias”.

A reportagem em vídeo encerra com informações sobre o valor da obra com um leve toque opinativo sobre o desconhecimento do valor a ser acrescido nas adequações da arena, e cita o valor previsto anteriormente pelo governo. É válido ressaltar há uma



preocupação dos responsáveis pelo portal em manter uma vinheta inicial e final, identificando que o vídeo é do ‘acritica na tv’.



Figura 1: interface da página de vídeos do portal Acritica.com com destaque ao vídeo citado.

2.2 – D24am.com

O vídeo está inserido na editoria ‘Multimídia’, sessão ‘vídeos’ do portal (Figura 2), acompanhado do título da matéria no portal. Cabe aqui ressaltar que o portal d24am.com utiliza como plataforma para as videorreportagens o site Youtube – página virtual ligada ao grupo Google, que popularizou o acesso e divulgação de vídeos na Web.

Buegess e Green (2009, p.35), ao falar da revolução digital provocada pelo site, constatam que o YouTube representa um novo modelo de comunicação de massa e está surgindo como um outro meio do poder da mídia, e tem recebido muita atenção da imprensa de modo geral, e ao mesmo tempo é visto como um veículo de ensaio sobre novas mídias e internet.

Sobre o tema da videorreportagem, Thomé (2011, p.41) elucida que o avanço da tecnologia e o barateamento de equipamentos tornaram a produção mais acessível e menos exigente com o número de profissionais envolvidos. Para ela, “A facilidade em disponibilizar conteúdos audiovisuais na web junto das câmeras integradas a quase todos os tipos de tecnologias móveis, tornou o formato mais conhecido entre os internautas”.

A videorreportagem inicia com uma vinheta de 5 segundos com a logo do portal: ‘D24am’. A seguir, mostra uma imagem com apenas cabeças de costas olhando as obras da Arena Amazônia, citando o vice-governador José Melo e o presidente do TCE-AM, Érico Desterro, mostrando a imagem de ambos e depois citando a visita técnica, precedida da data e do local realizada.

Depois, no off, a frase “o presidente do TCE disse a fiscalização é contínua” e entra a sonora do mesmo com a informação do off. A seguir o off cita “o vice-governador do Amazonas falou da importância do TCE na fiscalização da obra”, e entra a sonora de José Melo. Nestes casos, temos duas situações de redundância. O vídeo, de 1 minuto e 9 segundos, encerra com a informação: “A Arena Amazônia está prevista para ser entregue em Dezembro de 2013”.



Figura 2: interface da página de vídeos do portal D24am.com com destaque ao vídeo citado.

2.3 – Emtempo Online

O vídeo está inserido na sessão ‘TV EM TEMPO – Assista nosso canal’. Os vídeos são organizados como uma sequência de imagens e ao ser acessado, é possível acompanhar dentro do próprio portal. Vale ressaltar que também, neste caso, é utilizada a plataforma Youtube para armazenamento dos vídeos, como mostra a Figura 3.

Mas o vídeo da matéria não está ‘solto’, e sim acompanhado de todo o bloco do telejornal exibido pela emissora e reproduzido na íntegra, na web. Prado (2011, pg. 146)



justifica que o fato de os ‘consumidores’ estarem em todos os lugares, as empresas de comunicação espalham a informação em vídeo, como ‘esquema viral’, levado, geralmente, por meio das redes sociais.

Portanto, este vídeo, que no total possui 7 minutos e 32 segundos de duração, apresenta desde a vinheta do telejornal, a escalada (flash das notícias que vão compor a edição do dia), cabeça e as reportagens. No caso, a que interessa em mérito comparativo, em relação às anteriores, está no segundo bloco do jornal e começa com o apresentador dizendo que o TCE está preocupado com a liberação de recursos para a construção da Arena Amazônia e cita que “hoje uma equipe foi ao canteiro de obras”.

A reportagem começa com a frase em off: “A chuva tem dificultado o trabalho, mas o andamento das obras está dentro do previsto”, mostrando uma imagem de chuva e de colunas ainda em construção, logo precedido de uma sonora do Miguel Capobiango, identificado em etiquetamento, dizendo que “junho de 2013 é o final da construção” e só depois cita a visita da equipe técnica no acompanhamento dos trabalhos.

Neste caso, a matéria de 1 minuto e 28 segundos, apresenta uma situação de complementaridade, mas também, por ser uma reportagem voltada para a TV e inserida na Web, sem mudanças, ela contém um elemento diferencial: notícia com um início controverso, mas rotineiro, como descrito no parágrafo anterior.

Feitoza (1996, p.13), em “a imagem do real”, fala sobre a linguagem dos sonhos na TV e a cita como busca de tornar mais atraente a realidade, atribuída ao aperfeiçoamento da técnica. A esse processo chamado de ‘espetacularização da realidade’, a autora define que dois elementos tornaram esse processo possível, no discurso televisivo: a linguagem dos sonhos da TV e a imagem eletrônica, que somados deixam a realidade da notícia mais atraente, por meio da edição, do que de fato é.

A denominação ou etiquetamento também está presente na matéria, sem apresentações ou citações em off, o que gerou um espaço para outras informações em off ou sonoras, finalizando a matéria com o termo “amanhã”, para informar que em Recife-PE, a Federação Internacional de Futebol – FIFA, vai reunir os coordenadores das unidades

gestoras para definir outras questões, como festas a serem realizadas para os torcedores que não tem condições de pagar os ingressos dos jogos.

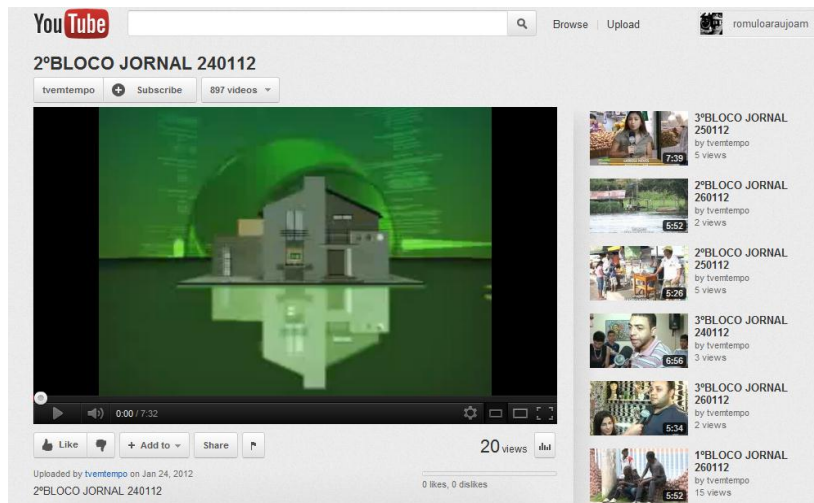


Figura 3: interface da página de vídeos, no youtube, do portal Emtempo online, com destaque ao bloco do jornal que contém o vídeo citado, mas sem descrições e/ou referências.

3 – Considerações Finais

A partir da breve análise dos três vídeos, observa-se em um primeiro momento a diferença na linguagem das produções, já que duas foram feitas e veiculadas em TV e depois reaproveitadas na internet. Quanto à relação imagem-texto, há redundâncias, informatividade e complementaridade, além da denominação ou etiquetamento, conforme explicitado anteriormente.

Na produção dos vídeos, como reportagens, há de se notar que a informação, tanto da imagem, como do texto, é o principal foco para o receptor da mensagem, que pode ter um olhar de simples observação, podendo até interagir e repassar o informe, ou mesmo um olhar de contemplação, já que o vídeo pode gerar sentimentos.

Se o vídeo traz emoções, além de agregar informações, é válido lembrar que toda essa tecnologia disponível ajudou na popularização de conteúdos audiovisuais. Ressalta-se que isso é resultado de evoluções e aperfeiçoamentos tecnológicos, que trouxeram novidades entre o usuário e a informação, assim como o conteúdo produzido e distribuído em multimídias, o que trouxe novidades como o fácil acesso, a variação de conteúdo e, principalmente, a interação entre a informação e seu receptor.



É coerente dizer que esses conteúdos audiovisuais possuem característica e linguagem própria em cada meio que estão inseridos, mas, no caso dos exemplos anteriores, dois deles estão na web, porém foram produzidos para a TV, além disso, a informação verbal, algumas vezes conflita com a imagética. Logo, será que os profissionais de comunicação pensam nessa relação texto-imagem e/ou meio e mensagem? Ou os receptores não são um público tão exigente a ponto de perceber tal fato? Questões, com probabilidades de estudos e pesquisas auxiliados por teorias semióticas na comunicação.

Por isso, esta pesquisa é apenas um início de um estudo que pode ajudar a compreender as escolhas feitas durante a corriqueira rotina em uma redação jornalística, principalmente quando se trata na produção de conteúdo audiovisual na web, como no caso das videorreportagens.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **Tela total: mito-ironias do virtual e da imagem**. 5.ed. Porto Alegre. Sulina, 2011.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **Youtube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. Aleph. São Paulo, 2009.

FEITOZA, Mirna. **A imagem do real: a espetacularização da realidade através do telejornalismo**. Manaus. Editora da Universidade do Amazonas, 1996.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro. LTC, 2011.

SANTAELLA, Lúcia. **As imagens no contexto das estéticas tecnológicas**. Disponível em <http://www.arte.unb.br/6art/textos/lucia.pdf>. Acessado em 13/02/2012 às 11h33.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. Editora brasiliense, 1983.

SANTAELLA, Lúcia e NOTH, Winfried. **Comunicação e Semiótica**. Hacker Editores. São Paulo, 2004.

SANTAELLA, Lúcia e NOTH, Winfried. **Imagem: Cognição, semiótica, mídia**. Iluminuras. São Paulo, 1997.

SANTOS, Roberto Elísio dos. **As teorias da comunicação: da fala à internet**. São Paulo: Paulinas, 2003.

THOMÉ, Carol. **Videorreportagem: A arte de produzir além do Telejornalismo**. São Paulo. All Print Editora, 2011.



Presidente do TCE-AM preocupado com obras da Arena da Amazônia
<http://www.d24am.com/noticias/amazonas/presidente-do-tceam-preocupado-com-obras-da-arena-da-amazonia/48323> Acessado em 28/01/2012 às 14h27.

Presidente do TCE-AM diz estar satisfeito com as obras da Arena
http://acritica.uol.com.br/manaus/Presidente-TCE-AM-satisfeito-obras-Arena-Noticias-Jornalismo-Politica-Policia-Polemica-Infoacao-A-Critica-na-TV-Manaus-Amazonas_3_633566667.html Acessado em 28/01/2012 às 14h30.

Sessão de vídeos na página do portal Etempo Online: <http://www.emtempo.com.br/tv-emtempo/main.html?mvvpage=8> Acessado em 28/01/2012 às 14h33.