

Análise semiótica aplicada ao vídeo de divulgação do estádio Arena das Dunas¹

Arthur de Oliveira ROCHA²

Laura Fernanda CIMINO³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

Resumo

Este artigo se propõe a analisar, sob a ótica da semiótica de Charles Sanders Peirce, através dos estudos de Lúcia Santaella, o vídeo promocional de 60 segundos, desenvolvido pela agência publicitária Criola Propaganda para a divulgação do estádio Arena das Dunas, construído em Natal/RN para a Copa do Mundo Fifa 2014. São analisadas as três faces (da referência, da significação e da interpretação) dos signos que compõem o referido produto audiovisual. O estudo, que tem a semiótica aplicada como metodologia, investiga: como os signos presentes no vídeo se apresentam; como contribuem para persuadir o espectador a visitar a Arena das Dunas e a ver o estádio como um legado da Copa para a cidade de Natal; e como atuam numa tentativa de reconstrução da imagem negativa que envolveu o estádio antes da inauguração.

Palavras-chave: Semiótica aplicada, Visualidade, Publicidade, Audiovisual, Vídeo.

1. Introdução

A Semiótica presta-se ao estudo dos signos encontrados nos mais diversos tipos de linguagens. Pelos pesquisadores da área, se diferencia em Semiótica teórica e aplicada. Ao se tornar aplicável, a teoria semiótica possibilita atravessar as fronteiras superficiais das mensagens. A Semiótica pode funcionar, então, como percurso metodológico-analítico empenhado em entender os processos sógnicos nas diferentes linguagens (verbal, escrita, falada, visual, sonora etc.) e como esses signos são interpretados pelos receptores.

Lúcia Santaella, em *Semiótica Aplicada* (2008), propõe um modelo de aplicação semiótica, a partir da teoria de Charles S. Peirce, a ser aplicado a diferentes tipos de linguagens, entre elas da publicidade e do audiovisual, apresentando instrumentos teóricos e analíticos. A semiótica aplicada utiliza o caráter operatório dos métodos e modelos de análise de linguagens específicas. A fim de subsidiar a compreensão do tema, no que diz respeito à Teoria de Peirce, seus fundamentos, conceitos e aplicabilidade, foram utilizados como referencial teórico os livros de Lúcia Santaella e Winfried Nöth.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Graduado em Comunicação Social – Jornalismo (UFRN) e Estudante de Graduação do Curso de Comunicação Social – Rádio e TV (UFRN). Integrante do Grupo de Pesquisa PRAGMA - Pragmática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústria cultural e cidadania (UFRN), email: arthurd.oliveira@hotmail.com

³ Orientadora Professora Dra. Laura Fernanda Cimino (posdoc pelo PPgEM/UFRN), email: fernandacimino2009@gmail.com

Neste trabalho, objetiva-se fazer uma leitura detalhada do vídeo “Arena das Dunas: isso tudo é pra você”⁴, com duração de 60 segundos, veiculado na internet e desenvolvido pela agência publicitária Criola Propaganda para divulgar o estádio Arena das Dunas, em Natal/RN, construído para a Copa do Mundo Fifa 2014.

A proposta é desvendar os elementos que compõem o universo diversificado dos fenômenos da linguagem existente no vídeo, uma vez que, além de ser uma teoria do conhecimento, a semiótica também fornece as categorias para a análise dos elementos que compõem a linguagem, também podendo ser considerada uma metodologia (SANTAELLA, 2008). Para tanto, as classes de signos da teoria de Peirce (gramática especulativa) serão aplicadas como ferramentas para a análise de peças publicitárias.

A partir da análise, foi investigado como os signos no vídeo contribuem para persuadir o espectador a visitar a Arena das Dunas e a ver o estádio como um legado da Copa para a cidade de Natal e como atuam numa tentativa de reconstrução da imagem negativa que envolveu o estádio antes da inauguração.

O vídeo publicitário da Arena das Dunas pretende levar o espectador à arena, a fim de torná-lo um consumidor dos eventos promovidos no estádio. Inúmeros signos bombardeiam os olhos de quem assiste, com mensagens que ressaltam o patriotismo. O vídeo alcança um nível de identidade com o espectador, fazendo-o se sentir parte da construção do estádio, símbolo do futebol numa cidade-sede da Copa do Mundo. Funciona, ainda, como uma prestação de contas do poder público com a população que não acreditava na finalização das obras antes do início do mundial de futebol.

2. Semiótica como leitura do universo dos signos

O nome Semiótica vem do grego *semeion* (signo). Semiótica é a ciência dos signos, da significação, a ciência geral de todas as linguagens. A semiótica está fundamentada na fenomenologia, uma quase-ciência que investiga os modos como apreendemos qualquer coisa que aparece à nossa mente (SANTAELLA, 2008). Abrange toda forma de linguagem, indo além da linguagem verbal, uma vez que o mundo no qual estamos inseridos é mediado por uma rede múltipla e interconectada de elementos que compõem outras formas de linguagem que a maioria das pessoas não se dá conta, mas as utiliza inconscientemente. Afinal, nos comunicamos através da leitura e produção de formas, volumes, massas, interações de forças, movimentos, linhas, traços, cores. E também nos comunicamos e nos

⁴ O vídeo pode ser visualizado através do link: <http://vimeo.com/84435057>

orientamos através de imagens, gráficos, sinais, setas, números, luzes (SANTAELLA, 1983). A semiótica investiga todas as linguagens possíveis, examinando como se constituem os fenômenos enquanto produtores de significação e sentido.

Segundo Santaella (1983), a Semiótica surgiu simultaneamente nos Estados Unidos, União Soviética e Europa Ocidental, por cientistas e pesquisadores distintos. Nos Estados Unidos, foi Charles Sanders Peirce (1839-1914), apaixonado pela lógica das ciências, que desenvolveu um sistema de lógica, a Semiótica. Para Peirce, toda e qualquer produção, realização e expressão humana é uma questão semiótica. Peirce denominou três categorias universais correspondentes aos três elementos formais de toda e qualquer experiência: Primeiridade, Secundidade e Terceiridade, que seriam os três modos como os fenômenos surgem à consciência, modalidades possíveis de apreender todo e qualquer fenômeno.

A Primeiridade corresponde ao acaso, originalidade irresponsável e livre, variação espontânea. “Consciência em Primeiridade é qualidade de sentimento e, por isso mesmo, é primeira, ou seja, a primeira apreensão das coisas” (SANTAELLA, 1983, p.46). A Secundidade corresponde à ação e reação de fatos concretos, existentes e reais. A qualidade é apenas uma parte do fenômeno. Para que exista, ela precisa estar atrelada a uma matéria, que exista em concretude. Nesta corporificação material temos a Secundidade, “anterior à mediação do pensamento articulado e subsequente ao puro sentir” (SANTAELLA, 1983, p.48). E a Terceiridade corresponde à camada de inteligibilidade, que se interpõe entre a consciência e o fenômeno percebido. “Ela é a categoria da mediação, do hábito, da lembrança, da continuidade, da síntese, da comunicação e da semiose, da representação ou dos signos” (SANTAELLA e NÖTH, 2008, p.143).

A semiótica lida com o estudo da linguagem e dos signos, entendendo-se que “Tudo é signo, qualquer coisa que se produz na consciência tem o caráter de signo” (SANTAELLA, 1983, p.53). O signo é qualquer coisa que representa outra coisa, chamada objeto do signo, e que gera um efeito interpretativo, chamado interpretante do signo.

O signo representa o que está fora dele (objeto) e dirige-se para alguém (intérprete) em cuja mente haverá um efeito interpretativo (interpretante). O signo precisa ter o poder de representar, substituir algo diferente dele. Outra conceituação relevante é de “representação”, que seria “o processo da apresentação de um objeto a um intérprete de um signo ou a relação entre o signo e o objeto” (SANTAELLA e NÖTH, 2008, p.17).

A Semiótica de Peirce possui três ramos: gramática especulativa, lógica crítica e retórica especulativa (metodêutica), sendo o primeiro deles a se debruçar sobre todos os

tipos de signos possíveis. É com esses conceitos e dispositivos de indagação, criados por Peirce, que nos é possível descrever, analisar e interpretar linguagens, através de signos. A gramática especulativa pode ser considerada na sua autonomia e valer por si mesma, quando o objetivo é analisar processos de signos existentes (SANTAELLA, 2008).

Peirce estabeleceu uma rede de classificações sempre triádicas dos tipos possíveis de signos. Dentre todas as tricotomias estabelecidas por Peirce, três, as mais gerais, serão tomadas como base para a análise a que este artigo se propõe: a relação do signo consigo mesmo, do signo com seu objeto e do signo com seu interpretante.

3. A multiplicação dos signos e da linguagem

Depois da Revolução Industrial, com as novas máquinas capazes de produzir, armazenar e difundir linguagens, como a fotografia, cinema, impressão, rádio, TV e internet, o cotidiano do homem ficou cada vez mais bombardeado por informações e, nelas, mensagens sutis transmitidas através de linguagens mais sensíveis que a linguagem verbal. Tais mensagens, na maioria das vezes, não são decodificadas e lidas criticamente pelo espectador. É o caso dos inúmeros vídeos institucionais e de publicidades veiculados na TV e internet, que transmitem “mensagens que servem à inculcação de valores que se prestam ao jogo de interesses dos proprietários dos meios de produção de linguagem e não aos usuários” (SANTAELLA, 1983, p.12).

Levando em consideração que existe, simultaneamente, uma enorme variedade de linguagens que se constituem em sistemas sociais e históricos de representação do mundo, a leitura a que este trabalho se propõe analisa os inúmeros signos (ícones, índices e símbolos) constituintes do referido produto audiovisual. Os signos, por razão de sua natureza triádica, podem ser analisados nas suas propriedades internas e seu poder de significar algo; na sua referência àquilo que indica, refere ou representa (seu objeto); e nos efeitos que podem ser produzidos nos receptores (seu interpretante). Partindo de tal natureza triádica, o vídeo da Arena das Dunas vai ser analisado sob as faces da referência, significação e interpretação.

4. A Arena das Dunas

A Arena das Dunas, localizada em Natal/RN, foi inaugurada em 22 de janeiro de 2014. Possui área construída de quase 78 mil metros quadrados, contando com mais de 42 mil lugares para torcedores, mais de 1400 para profissionais da imprensa e cerca de 2600 vagas de estacionamento. O custo final do estádio foi de 417 milhões de reais.

O projeto da arena é fruto de uma Parceria Público Privada (PPP) entre o Governo do Estado do Rio Grande do Norte e a concessionária Arena das Dunas Concessão e Eventos S/A, gestora do estádio pelos próximos 20 anos. A construção da arena perdurou de agosto de 2011 até dezembro de 2013. Na Copa do Mundo Fifa 2014, a Arena das Dunas recebeu quatro jogos, todos válidos pela primeira fase. As partidas foram: México x Camarões, Gana x Estados Unidos, Japão x Grécia e Itália x Uruguai.

5. A face da referência

O objeto de análise deste trabalho é um produto audiovisual, caracterizado por uma linguagem híbrida, por isso mesmo, constituído por imagens em movimento, música em BG (*background* ou plano de fundo), discurso verbal falado (locução de voz masculina) e escrito (caracteres que aparecerem ao longo do vídeo). Isso proporciona a junção entre vários sistemas de signos e todos eles devem ser estudados a fim de uma análise completa.

A face da referência diz respeito à relação do signo com o que ele representa, seu objeto. “O objeto imediato (dentro do signo, no próprio signo) diz respeito ao modo como o objeto dinâmico (aquilo que o signo substitui) está representado no signo” (SANTAELLA, 1983, p. 59). O vídeo “Arena das Dunas – isso tudo é pra você” se refere ao estádio Arena das Dunas, em Natal/RN, construído para a Copa, e à entrega do estádio à população.

O vídeo apresenta o estádio e toda sua mega estrutura à sociedade, convidando-a a visitá-lo. Foi divulgado em janeiro de 2014, mês de inauguração da arena, fazendo referência à finalização das obras e ao pontapé inicial para os jogos da Copa em Natal, já que o estádio funciona como símbolo do futebol, da Copa e dos jogos na cidade-sede.

Segundo apresenta Santaella (2008), há três modos como o referente pode estar presente no vídeo: o modo qualitativo, existencial e genérico.

No modo qualitativo, observaremos os quali-signos, que na relação com seu objeto são denominados ícones. Para Peirce, os ícones compreendem também “formas não visuais, por exemplo, acústicas ou mesmo táteis, olfativas ou também formas conceituais de semelhança sígnica” (SANTAELLA e NÖTH, 2008, p.38). O vídeo “Arena das Dunas – isso tudo é pra você” apresenta *takes* curtos; planos detalhes e *closes* nas imagens humanas; e panorâmicas em plano geral nas imagens do estádio. Há predomínio do verde, no gramado, azul, da arquibancada, e branco, especialmente nas estruturas internas da arena, como camarotes, vestiários, banheiros, espaços VIP, salas multiuso etc., sempre com cores fortes e vivas.

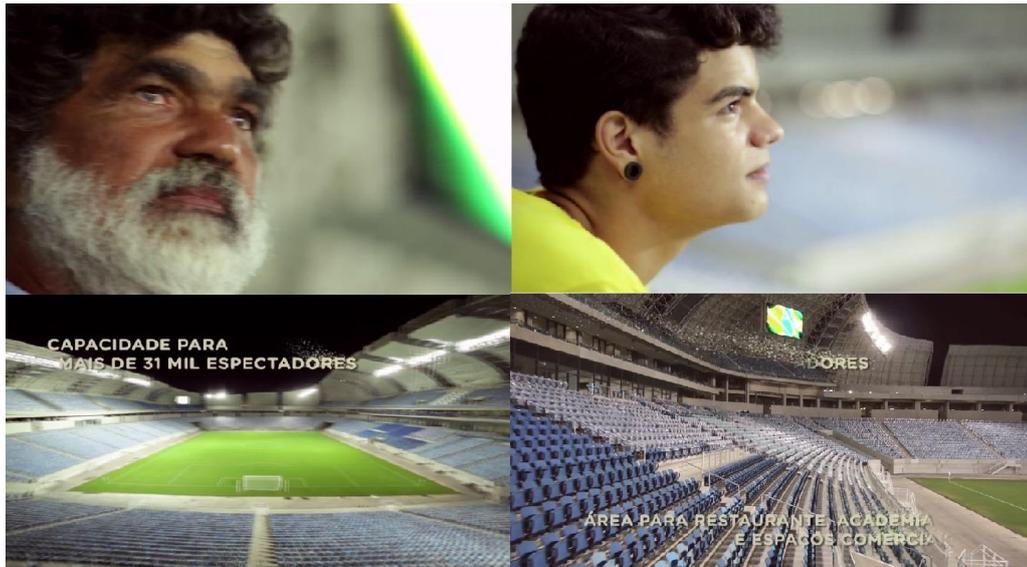


Imagem 1: Planos fechados nas pessoas olhando para a direita e imagens em panorâmicas do interior do estádio. Informações em caracteres complementam conteúdo do vídeo

Há integração entre linguagem verbal e não verbal, na junção de imagens do estádio e de torcedores visitantes com a voz masculina em *off* de um narrador que convida o espectador a conhecer a arena, bem como com informações técnicas e complementares, como o custo total da obra, que espaços a arena possui etc., escritas em caracteres sobre a imagem. O tom da voz é de vitória, orgulho e superação, com pausas dramáticas. O discurso do locutor é acompanhado pelo BG de uma música instrumental, dando ritmo à locução e ao vídeo em si.

No modo existencial, analisamos os sin-signos, que são existentes e dão corpo aos quali-signos. No vídeo da Arena das Dunas, há uma relação dual de concretude entre existentes. De um lado, o vídeo que existe, foi desenvolvido pela Criola Propaganda e está disponível digitalmente para acesso na *web*; de outro, o estádio, que também existe, em toda sua estrutura física concluída para uso. Trata-se de uma realidade física materializada pela captura efetuada pelas lentes das câmeras, editada digitalmente em ilhas de edição não lineares e exportada digitalmente para a *web* no formato de um vídeo em cores com 60 segundos de duração, destinado a fins de divulgação e publicidade.

No modo genérico, serão observados os legi-signos. Enquanto os existentes são singulares, os legi-signos se acomodam em classes, categorias e são gerais (SANTAELLA, 2008). O objeto analisado é um vídeo, que se enquadra na classe de imagens videográficas, no gênero vídeo de divulgação e utiliza a linguagem híbrida do audiovisual como forma de comunicação. O objetivo do vídeo é divulgar, dar publicidade e persuadir o espectador

quanto à ideia apresentada: a inauguração, a abertura das portas de um estádio que foi construído para a Copa, mas, antes disso, construído para o povo.

6. A face da significação

Na face da significação, serão analisados os aspectos através dos quais o signo pode significar seus objetos, podendo estar no aspecto icônico, indicial ou simbólico. Esta abordagem diz respeito aos caracteres internos do signo e como ele representa seu objeto.

No aspecto icônico, serão analisados signos na categoria de primeiridade, aquela que “dá à experiência sua qualidade distintiva, seu frescor, originalidade irrepetível e liberdade” (SANTAELLA, 1983, p.50). Tendo em vista o caráter rico que o ícone possui de sugerir efeitos de impressão, ele está sempre apto a excitar nossos sentidos. Para analisar quali-signos, é necessário estar com os poros abertos à possibilidade qualitativa das coisas. Os ícones “são quali-signos que se reportam a seus objetos por similaridade” (SANTAELLA, 2008, p.17), seu objeto imediato são as qualidades que ele exhibe e seu objeto dinâmico é a qualidade sugerida pelo quali-signo através de comparações ou associações.

No vídeo “Arena das Dunas – isso tudo é pra você”, temos inicialmente imagens de várias pessoas, sendo enquadradas individualmente ou em dupla, em planos fechados, como *close up* ou plano detalhe (nos olhos, nas mãos). As pessoas são retratadas como torcedores do Brasil na Copa do Mundo e estão, quase em totalidade, posicionadas no lado esquerdo da tela e olhando com deslumbramento para o lado direito, que aponta para o futuro. Os torcedores possuem características físicas bem diversificadas (jovem, velho, homem, mulher, loira, morena), com aparência e traços bem brasileiros. A expressão facial das pessoas é bastante enfatizada. Elas estão sempre em primeiro plano, focadas, nítidas, enquanto que, no fundo (segundo plano), a imagem é do interior do estádio (arquibancada, corredores, gramado), sempre desfocada, sem nitidez. As pessoas vestem, com exceção de uma (um cadeirante), roupas nas cores verde, amarela, azul e branca.

A sequência de imagens humanas é seguida por uma sequência de imagens do estádio. São imagens grandiosas da arena, que saltam aos olhos com cores vivas. Imagens com *takes* curtos, mas um pouco mais longos que os das pessoas. Panorâmicas horizontais, sempre imagens com movimentação de câmera, dinâmicas. Nestas imagens, o estádio é o referencial e já não está mais desfocado, mas perfeitamente nítido.

O vídeo segue, agora com a junção dos dois referenciais dos grupos de imagens anteriores: pessoas/torcedores e a arena. Dessa vez, as pessoas caminham pela estrutura

física do estádio, explorando cada espaço. O recurso tátil é visualmente utilizado, as pessoas tocam a arena, seus assentos, corrimões etc., como se tocassem pelo espectador.

As últimas imagens são mais uma vez dos torcedores, só que agora em enquadramentos mais abertos, deixando mais à mostra a parte interna do estádio que surge como plano de fundo, desta vez nitidamente. As imagens são feitas com os torcedores no centro do gramado da arena, o local nobre do estádio, e foram feitas com panorâmica e ângulo contre-plongée (de baixo para cima).



Imagem 2: Torcedores adentram instalações. Plano detalhe é usado para evidenciar visualidade do tato. Torcedor em ângulo contre-plongée e arena focada em segundo plano. Logo da Arena das Dunas, estádio em Natal/RN

As imagens da arena grandiosa aparecem quando a locução anuncia “Bem vindo à Arena das Dunas”, uma vez que o vídeo utiliza a linguagem híbrida do audiovisual em relação de complementaridade, ou seja, linguagem verbal e não-verbal se complementam para produzir sentido. O vídeo apresenta a fala através de uma voz masculina em tom vivo e efervescente, bem pontuada e com pausas longas propositalmente incluídas que dão tom emocional e dramático. O timbre da voz tem qualidades semelhantes às das expressões das pessoas no início do vídeo. É uma voz forte e ao mesmo tempo alegre, empolgada, com sentimento de orgulho, superação, vitória, conquista, realização, conclusão. O locutor se dirige diretamente ao espectador, utilizando o pronome de tratamento “você”.

Na relação de iconicidade som-imagem, temos uma trilha sonora instrumental em BG. Não são instrumentos de percussão ou corda, numa batida animada, dançante, descontraída, mas instrumentos de sopro, metais e violinos em ritmo orquestrado, sinfônico.

Passando para o aspecto indicial, será dada ênfase na materialidade dos signos. Sempre que houver existência material, singular, haverá um sin-signo. E um sin-signo, na

relação com seu objeto, será um índice, estando existencialmente conectado o signo àquilo concreto que ele representa.

O vídeo em si é predominantemente um sin-signo, ele existe e representa outro existente, o estádio. Os vídeos são partes da realidade que retratam. O vídeo representa a arena (objeto dinâmico) com imagens fílmicas do estádio por dentro, sua estrutura, campo, arquibancadas, traves, rede, gramado, salas, vestiários, tudo o que aparece no vídeo de fato existe, mas não é a coisa em si, é uma imagem dela, uma representação de cada uma dessas coisas. O real salta das imagens do vídeo e age sobre a sensibilidade do intérprete, que não duvida do que está assistindo, as imagens adquirem caráter documental. Esses modos como o signo representa o objeto dinâmico são os objetos imediatos do signo, já que se trata de uma representação e as imagens do vídeo são uma parte de um todo maior que é o estádio.

Quanto ao aspecto simbólico, é a propriedade de lei do signo que será levada em conta, haverá “ênfase nos aspectos culturalmente convencionais do signo” (SANTAELLA, 2008, p.128). Quando se tem um legi-signo, em relação ao seu objeto, ele será um símbolo. Nesse caso, o signo não representa seu objeto como ícone, por semelhança, nem como índice, por relação de existentes, mas por uma lei, convenção ou pacto coletivo.

O aspecto simbólico no vídeo “Arena das Dunas – isso tudo é pra você” está presente principalmente no discurso verbal, que se apresenta de forma falada, na voz do locutor, e de forma escrita, nos caracteres com informações técnicas sobre o estádio. Em nenhum momento há repetição na relação fala-escrita, mas uma relação de complementaridade, assim como ocorre na relação entre fala-imagem e som-imagem.

No discurso do locutor, algumas palavras se destacam entre as demais pelo caráter simbólico de positividade, de representar grandiosidade, como: “agora”, “tudo”, “novo”, “multiuso”, “megaeventos”, “internacionais”. Algumas palavras também se destacam, mas agora entre os caracteres que surgem no vídeo: “capacidade”, “mais”, “moderno”, “super”, que reforçam o mesmo caráter simbólico das palavras destacadas da locução.

O discurso da locução tem início com os verbos no pretérito perfeito, tempo verbal que indica uma ação passada com tempo determinado, iniciada e acabada, como, por exemplo, “sonhou”, “acompanhou”, “chegou”. Esses verbos aparecem junto com as imagens das pessoas em planos fechados. Em “você sonhou”, é apresentado um jovem; em “você acompanhou”, é apresentada imagem de duas jovens juntas; e em “chegou a hora de viver isso tudo”, a transição entre a imagem de um adulto para de um idoso. Depois que a

arena é apresentada ao espectador, com um convidativo “bem-vindo à Arena das Dunas”, o discurso passa a funcionar no futuro do presente, utilizando a locução verbal “vai incluir”.

A parte final do vídeo inclui o locutor anunciando nomes de alguns torcedores: “Eraldo”, “Ana”, “Luiz”, “Sofia”, “Jefferson”, “Natália” e “José”. São nomes próprios, que dão caráter de especificidade, ao mesmo tempo em que são nomes comuns, predominando o caráter de generalidade. São todos nomes habituais no Brasil, nomes que poderiam ser o seu, do seu irmão, algum amigo, vizinho ou colega de trabalho.

7. A face da interpretação

O signo representa o seu objeto para um intérprete, uma mente real ou em potencial. Para tanto, produz na mente desse intérprete alguma outra coisa que também está relacionada ao objeto, mas não diretamente e sim pela mediação do signo. É necessário distinguir o intérprete do interpretante. “O interpretante não se refere ao intérprete do signo, mas a um processo relacional que se cria na mente do intérprete” (SANTAELLA, 1983, p. 58). Esse processo relacional acontece em três níveis: do interpretante imediato (primeiridade), dinâmico (secundidade) e final (terceiridade). É importante lembrar que “os efeitos interpretativos dependem diretamente do modo como o signo representa seu objeto” (SANTAELLA, 2008, p.9).

Como explica Santaella (1983), o interpretante imediato é interno ao signo, é um interpretante abstrato. Consiste no potencial interpretativo do signo antes que se efetive numa mente interpretadora qualquer. A determinação do público-alvo do vídeo “Arena das Dunas – isso tudo é pra você” é uma expressão do interpretante imediato. O vídeo foi destinado à população do Rio Grande do Norte, em especial aos da capital Natal, cidade-sede da Copa e local de construção da Arena das Dunas.

Levando em consideração que “o exame cuidadoso do símbolo nos conduz para um vasto campo de referências que incluem os costumes e valores coletivos e todos os tipos de padrões estéticos, comportamentais, de expectativas sociais etc” (SANTAELLA, 2008, p.37), a compreensão por inteira do vídeo exige um repertório próprio desse público-alvo: do histórico de construção do estádio, da derrubada do antigo Machadão⁵, das desapropriações das casas dos moradores no entorno da arena, de que o estádio não serviria mais para nada após o mundial, do gasto milionário para construção, dos transtornos

⁵ Estádio João Cláudio de Vasconcelos Machado, conhecido como Machadão, construído em 1972 e derrubado em 2011 para dar lugar ao estádio Arena das Dunas

trazidos com as obras, dos protestos anti-copa etc. O vídeo foi feito para mostrar a esse público que a arena ficou pronta a tempo, que o investimento foi alto, mas para garantir o padrão Fifa, que a arena vai colocar Natal na rota dos megaeventos internacionais, que tudo foi construído com o seu dinheiro, mas que agora depois de pronto “é pra você”.

Quanto ao interpretante dinâmico, seria aquilo que o signo efetivamente produz em cada mente singular. Pode ser puramente emocional, produzindo sentimentos de qualidade; energético, quando há uma ação concreta, física ou intelectual, em resposta; ou lógico, quando o signo visa produzir cognição.

No interpretante dinâmico emocional, temos os *takes* curtos que passam ideia de agilidade, dinâmica, necessário por se tratar de um vídeo de apenas um minuto, e para ser estimulante ao espectador, não ser entediante. Os planos fechados nas imagens humanas são transmitem mais emoção, captando melhor as feições de cada pessoa e transmitindo sentimentos de surpresa, orgulho, realização, conquista, felicidade, admiração, a fim de envolver o espectador pelo emocional e sensibilizá-lo. As pessoas retratadas são interpretadas como uma amostra da diversidade étnica do brasileiro, fazendo qualquer espectador se ver no vídeo em algum momento, seja homem, mulher, idoso, jovem, loiro, moreno, branco, negro, com alguma deficiência ou não, a interpretação é de pluralidade e multiplicidade. Quase todos estão enquadrados olhando para o lado direito do vídeo, numa interpretação de perspectiva de futuro, anseio pelo futuro, tanto que neste momento surgem os verbos no passado para anunciar a arena que seria o futuro, o futuro chegou. Nessas imagens, há sempre a arena por trás, em segundo plano e desfocada. É necessário atenção e repertório para compreender que se trata da parte interna do estádio. Nesse momento, o estádio ainda é um desconhecido para o espectador, assim como é para as pessoas no vídeo.

As imagens em panorâmica do estádio por dentro, possibilitam visão de amplitude, e denotam grandiosidade, agem sobre a sensibilidade visual do espectador através da estética, da beleza, organização, assepsia, tecnologia, modernidade, força e imponência da estrutura de uma verdadeira arena. O torcedor nunca foi ao estádio, mas as imagens o fazem ter orgulho do estádio erguido na sua cidade, se sentindo convidado a visitar, a ver com os próprios olhos a arena, já que o vídeo é convidativo e sedutor. O tato é filmado e apresentado em imagens das pessoas tocando a arena e sua estrutura, motivando o espectador a também vivenciar essa experiência. A ideia é explorar sensações através de outro sentido além da visão, numa sinestesia. As cores são fortes e vivas, enchem os olhos,

especialmente no verde do gramado. As pessoas surgem com roupas que remetem às cores do Brasil. A arena agora surge nítida e em primeiro plano, em toda sua plenitude.

Depois das imagens de admiração e surpresa das pessoas e da Arena das Dunas grandiosa e imponente, temos o encontro desses elementos nas imagens subsequentes. Os personagens eram apresentados antes como observadores, admirados com a arena; depois, como visitantes, através das imagens em que há o encontro entre as pessoas e o estádio. É aí que o vídeo sugere um sentimento de estar à vontade, familiaridade e cumplicidade.

Por fim, as personagens passam a ser apresentadas como torcedores, que aprovam e estão satisfeitos com a arena, pelos gestos positivos e de aprovação que fazem diante da câmera. Nessas últimas imagens, mais uma vez temos as pessoas em primeiro plano e a arena em segundo, só que agora o enquadramento é mais aberto para possibilitar maior campo de visão e o fundo não está desfocado, mas perfeitamente nítido e em cores vivas, já que a arena foi conhecida pelo torcedor e aprovada.

A voz masculina do locutor passa segurança, confiança, orgulho, entusiasmo, como de alguém que sempre acreditou no legado da Copa para Natal, levantou a bandeira da Arena das Dunas e “sonhou”, “acompanhou” e agora quer “viver isso tudo” que o estádio tem a oferecer. A intenção é despertar esse sentimento no espectador. As pausas mais longas na locução dão tom dramático ao vídeo. A trilha musical atua diretamente na sensibilidade de quem ouve, está em ritmo com a locução e em relação de complementaridade com as imagens, reforçando o sentimento de vitória, êxito.

No interpretante dinâmico energético, temos as imagens da arena que são claramente interpretadas pelo espectador como reais. O espectador acredita e confia no que está vendo no vídeo, pelo caráter documental que a imagem passa a adquirir. Temos também que as pessoas retratadas como personagens no vídeo de fato existem, logo há uma relação entre existentes, mas essa relação vai além, ao fazer o espectador interpretar que aqueles torcedores são uma representação da torcida potiguar inteira, a quem o vídeo propriamente se dirige, reforçando o ideal de identidade entre quem assiste ao vídeo e quem representa, no vídeo, os torcedores. Esse aspecto fica mais evidente pela escolha de tipos humanos diversificados. A pretensão é criar uma identidade entre espectador e personagem, que desencadeie numa reação de visitar a arena. Na verdade, toda a motivação do vídeo é para provocar no intérprete a ação de conhecer a arena, de assistir aos jogos no estádio e continuar frequentando o local em demais eventos além do mundial.

No interpretante dinâmico lógico, temos a produção de cognição. Conhecimentos são adquiridos por parte de quem assiste ao vídeo: a arena está pronta para ser inaugurada, ficou pronta a tempo para a Copa, tem capacidade para 31 mil torcedores, arena multiuso, vai incluir Natal na rota de megaeventos, o estádio possui local para restaurantes, academias e lojas, possui moderno sistema de bilhetagem, dois telões, camarotes, estacionamento coberto e construção com acessibilidade para pessoas com deficiência. Essas informações são apreendidas pelo espectador a partir da interpretação dos símbolos presentes no vídeo, através da linguagem verbal presente tanto na locução como no texto escrito em caracteres. O tom de seriedade, a forma pausada, bem pontuada e articulada a que se posta o locutor reforça o caráter de credibilidade que o vídeo precisa passar para o espectador. Por se tratar de futebol, a voz masculina não é uma escolha arbitrária, tendo em vista que, cultural e socialmente, o futebol ainda é predominantemente masculino.

As palavras destacadas no discurso do locutor (“agora”, “tudo”, “novo”, “multiuso”, “megaeventos”, “internacionais”) e nas informações em caracteres (“capacidade”, “mais”, “moderno”, “super”) atuam como símbolo de positividade, grandiosidade, denotam melhoria, crescimento, evolução, concretude e realização. São desses sentimentos que o espectador precisar ser inflado para aderir à causa que o vídeo carrega. E é bem mais fácil incidir sobre o ego e a emoção do espectador quando o discurso é dirigido diretamente a ele, com o locutor tratando-o por você, pronome que convencionalmente indica proximidade, intimidade na relação dialogal, como ocorre em “você sonhou”, “você acompanhou” e “isso tudo é pra você”, mas também sem o uso explícito do pronome, como em “agora chegou a hora de viver isso tudo” e “bem-vindo à Arena das Dunas”.

Há elementos que aproximam o conteúdo do vídeo de uma narrativa. O locutor como narrador, as pessoas como personagens, a arena como cenário, e o momento da Copa como o tempo. O enredo é uma população desconfiada, cautelosa, mas ao mesmo tempo surpresa e em contente com o que vislumbra, no caso o estádio terminado, que se apresenta de maneira descritiva aos personagens e aos olhos do espectador. A narrativa evolui, chega ao seu clímax com o encontro entre estádio e torcedores, que passam agora a uma relação cúmplice e harmoniosa. O desfecho é o final feliz dos torcedores satisfeitos com o estádio. É nesse momento final que o locutor chama os nomes de muitas das personagens (“Eraldo”, “Ana”, “Luiz”, “Sofia”, “Jefferson”, “Nathália” e “José”), não é Mary, Juan, Nikkos, Heinz ou Takashi, mas nomes bem brasileiros, reforçando o aspecto de brasilidade que o vídeo transmite desde a escolha dos tipos humanos.

Convencionalmente, o campo de futebol é o local mais importante de um estádio, é lá onde tudo acontece. E, o centro do campo, o local mais nobre de todo o gramado, é onde a partida tem início. É justamente neste local onde ocorre a gravação das cenas finais do vídeo, com os torcedores em êxtase, deslumbrados diante da arena. Eles são filmado em ângulo *contre-plongée* (de baixo para cima), recurso usado no audiovisual para dar poder, força, grandiosidade ao referente. O centro do estádio só é alcançado pelos torcedores no final do vídeo. Durante todo o restante, eles percorrem os demais espaços da arena.

Há ainda 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 último. Segundo Santaella (2008, p.41), “este não pode ser nunca efetivamente alcançado por um intérprete particular”, trata-se de um limite ideal, mas inatingível, para o qual os interpretantes dinâmicos tendem seguir.

Todas as interpretações nos níveis anteriores variam de acordo com a mente do intérprete. Muitos, ao assistir ao vídeo, levantarão bandeira contra a copa, os jogos ou automaticamente se lembrarão dos prejuízos que o mundial trouxe à população. Vão chegar a uma interpretação final de que o vídeo é uma publicidade barata que vem a querer persuadir as pessoas de que valeu a pena tornar Natal uma cidade-sede. Mas essas interpretações ficam a encargo de mentes mais críticas, restrita a poucos espectadores.

O resultado interpretativo a que o vídeo se presta alcançar é de convencer o espectador de que a Arena das Dunas é uma megaestrutura, com tecnologia de ponta, padrão Fifa. Também como um legado deixado pela Copa do Mundo. Que a arena não foi construída apenas para quatro jogos da primeira fase do mundial, mas para receber inúmeros eventos de grande porte, até internacionais. E, ainda, como uma prova cabal para os incrédulos que jamais acharam que a arena ficaria pronta dentro do prazo para os jogos. O vídeo acaba por se resumir a uma prestação de contas à sociedade, que não via com bons olhos a construção do estádio. A tentativa é de mudar a imagem negativa que ronda o estádio, a Copa em Natal e mesmo a política e a administração pública do período.

8. Considerações finais

A análise semiótica pode ser aplicada a inúmeros objetos, no entanto, para qualquer investigação sígnica, é necessário conhecimento na área correlata que, neste artigo, foi o audiovisual e a publicidade. Com a interpretação analítica dos signos no vídeo, foi possível identificar público-alvo e objetivo da publicidade enquanto produção de sentido: persuadir

o cidadão natalense a visitar a Arena das Dunas, a ver o estádio como um legado da Copa para Natal, e reconstruir a imagem negativa que envolveu o estádio antes da inauguração.

O vídeo “Arena das Dunas – isso tudo é pra você” pode ser dividido em três momentos: pessoas contemplando com surpresa o estádio, arena sendo apresentada enquanto megaestrutura e motivo de orgulho, e encontro entre pessoas e estádio. Por isso, o vídeo acaba adquirindo semelhança a uma narrativa, contendo personagens, enredo, tempo, espaço, narrador, clímax e desfecho, uma história que se desenvolve implicitamente.

Em momento algum se fala propriamente no mundial de futebol, o que permite inferir que a intenção é principalmente reforçar a ideia do estádio como um investimento para Natal, para a população, e não apenas para os jogos. O vídeo utiliza signos que reforçam a nacionalidade brasileira e o patriotismo a fim de atuar sobre a sensibilidade do espectador, como na escolha dos tipos humanos e nomes próprios dos torcedores.

A tentativa de melhorar a imagem da arena diante do público se dá com as imagens exuberantes do estádio, com os torcedores felizes e aprovando a estrutura que acabavam de conhecer, com informações sobre o que a arena possui e com palavras que se destacam na locução e nos caracteres que evocam o novo, o moderno, o super, fazendo o espectador ter orgulho do estádio construído na sua cidade. Também com o uso do *slogan* “Isso tudo é pra você”, e com o locutor dirigindo-se diretamente ao espectador.

O vídeo foi bem pensado pela agência criadora e os signos presentes atuam fortemente sobre o público-alvo, apesar da maioria destes signos passarem despercebidos à leitura do espectador. Por mais crítico que seja quem assiste ao vídeo, o desejo de conhecer a arena e vivenciar a experiência de assistir um jogo no estádio ou participar de algum evento no local é fortalecido ou, ao menos, despertado.

Referências

SANTAELLA, L. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SANTAELLA, L. e NÖTH, W. **Imagem: cognição, semiótica e mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

<<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/sedes/natal/arena>> Acesso em 21 de jun. de 2014.

<<http://www.arenadunas.com.br/>> Acesso em 21 de jun. de 2014.

<<http://vimeo.com/84435057>> Acesso em 21 de jun. de 2014.