



As imagens e as palavras no movimento dos sentidos: tensões textuais internas no telejornal¹

Carla Simone Doyle TORRES²
Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS

RESUMO

Palavras e imagens atuam simultaneamente no telejornal, entendido como texto informativo multimodal. Este trabalho propõe um olhar sobre as tensões entre uma e outra plataforma textual no movimento da produção de sentidos. Ao aproximar-se da metodologia da análise semiótica, o artigo ilustra a discussão, trazendo – como objeto empírico alusivo à pesquisa que lhe deu origem – trechos de três edições do telejornal Jornal do Almoço, junto ao bloco local do programa veiculado em Santa Maria-RS. Busca-se lançar luzes sobre a discussão em torno da hierarquia entre texto icônico e texto lingüístico e, em meio às análises, mostram-se aspectos do revezamento e da ancoragem em alguns momentos considerados definidores na produção de sentido a partir do texto audiovisual telejornalístico.

PALAVRAS-CHAVE: telejornal; imagens; palavras; revezamento; ancoragem.

1 O (ainda) discutido jogo de tensões imagético-verbais

Nem só de imagens, nem somente de palavras se faz um telejornal. Essas duas plataformas textuais atuam numa espécie de jogo de forças para a produção de sentidos em meio aos formatos apresentados a cada edição. Com diferentes e definidoras características, ambos os tipos de texto concorrem para o estabelecimento de núcleos de significação e conseqüentemente orientações gerais de sentido nos mais diversos formatos apresentados por um telejornal.

A discussão é longa e engloba, além dos já vultosos estudos acadêmicos, nomes conhecidos tanto no meio telejornalístico como no cinematográfico – só para situarmos a discussão no âmbito da produção audiovisual, e excluindo, para fins de objetividade neste artigo, o teatro, por exemplo.

A já célebre frase de Jean-Luc Godard simplifica e parece dar um tom (precocemente) final à discussão: “Palavra e imagem são como cadeira e mesa: se você

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Professora do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA-RS), e-mail: carla.doyle@gmail.com.



quiser sentar à mesa, precisa de ambas”³. E Martine Joly (1996) encarrega-se de uma conclusão que se afina à ideia de Godard, dizendo que ambas as linguagens – imagens e palavras – precisam uma da outra para ser eficazes dentro de um texto.

De fato, a exclusão entre imagens e palavras na significação textual seria uma atitude limitadora no estudo da produção de sentidos. Seja qual for a expressão imagética lançada, a linguagem verbal sempre a acompanhará, “na forma de comentários, escritos ou orais, títulos, legendas, artigos de imprensa (...) *slogans*, conversas, quase ao infinito” (JOLY, 1996, p. 116).

Conforme Joly, essa coexistência se dá perante a alternância entre a ancoragem e o revezamento imagem/palavra, cujos exemplos verificaremos mais adiante neste trabalho. A ancoragem pode ser compreendida como a predominância da palavra no balizamento da leitura da imagem. Já o revezamento é expresso por uma relação de complementaridade imagem/palavra. Neste caso, o que a imagem dificilmente consegue mostrar é, então, dito.

2 A propósito, está traçada uma hierarquia imagem-palavra na televisão?

A discussão em torno da hierarquia entre imagens e palavras é motivo de polêmicas infundáveis até o momento. Ela é contextualizada por Rezende (2000, p. 31) a partir de um panorama sobre o discurso da TV, apontada como “o principal veículo de comunicação do sistema de comunicação de massa brasileiro” e cujo fascínio suscitado adviria não das circunstâncias relativas à realidade brasileira, mas “da própria natureza do meio televisivo”. O autor menciona a ação hipnótica exercida pela TV e ilustra o processo com o exemplo de um telespectador capaz de permanecer muitas horas atento a um fluxo contínuo de imagens. Neste caso, o autor parece ensejar a predominância do código icônico em relação ao lingüístico, quando fala que “a sensação de encantamento despertada pela experiência visual seria, por si, suficiente” para manter o receptor preso frente ao televisor.

O telespectador do final do século XX, atento ao fluxo imagético (e não aos conteúdos e seus desdobramentos temáticos) teria passado a exigir uma permanente substituição de signos em uma nunca satisfeita procura de novidades. A partir desse panorama traçado por Rezende, é possível entender o processo da proliferação de imagens como uma espécie de produção cultural convulsiva e, ao mesmo tempo, vazia

³ (GODARD *apud* JOLY, 1996, p. 115).



de reais novidades. O jornalismo de televisão teria começado a operar nesse ritmo. A imagem teria passado a capitanear um espetáculo que afeta a produção telejornalística.

A propósito do que classifica como “o império das imagens”, Rezende (2000, p. 39) considera a mensagem visual como “‘multidimensional’ quanto à forma e ‘multissensorial’ em relação aos sentidos” e ainda aponta que “a televisão resolveria os três problemas básicos da comunicação: o do tempo (pelo imediatismo), o do espaço (pela instantaneidade e ubiquidade) e o do símbolo (pela universalidade da linguagem visual)”. Mas aí poderíamos questionar o que seria essa pretensa universalidade. É possível interpretar que o autor considera “universal” o que, mais adiante, aparece em seu texto como afetividade e valores emocionais. Essas características humanas seriam codificadas fora do sistema no qual se processam a consciência, a racionalidade e todas as mediações intelectuais.

Ao exercer influência sobre este campo aberto e universal da afetividade e da emoção por meio do uso da imagem, em especial nos seus aspectos icônico e simbólico, a televisão não teria como abrir mão do uso “eficiente de recursos não-verbais para atrair e manter constante o nível de curiosidade do telespectador” (REZENDE, 2000, p. 40). Entre os pontos de atenção do discurso televisivo – e telejornalístico – neste sentido, estariam as expressões faciais, a postura e todo um sistema de gestos e senhas. Assim, conforme o autor deixa claro, o ápice da suplantação da palavra pela imagem dá-se quando, por exemplo, o conteúdo de certo programa se torna menos interessante do que a sequência de imagens que lhe dão forma.

Numa postura mais ponderada, Chion *apud* Rezende (2000) prefere considerar o reino da audiovisualização. Esta postura exclui a possibilidade do traçado de uma hierarquia e vislumbra a intercomplementação dos sentidos. Em linhas gerais, essa concepção considera maior habilidade de distinção espacial (aspecto analítico) na percepção visual, e maior habilidade de observação temporal (capacidade sintética) na audição (SÁ *apud* REZENDE, 2000).

Até aqui, observa-se que a discussão dedicou-se basicamente a reconhecer a força da imagem, mas, na maior parte das vezes, atacá-la, no sentido de que seu monstruoso potencial de captação e fidelização do público midiático teria se tornado ferramenta de alienação.

A esta altura da discussão, Rezende (2000, p. 43) destaca o que chama de concepção predominante no telejornalismo brasileiro. A postura geral seria a de conferir “à imagem (...) uma função primordial no processo de codificação das notícias,



enquanto a palavra cumpriria um papel secundário, quase de mero complemento e suporte da informação visual”.

Entre os defensores da imagem como texto primordial no telejornalismo, está Vera Íris Paternostro. Embora a autora ressalte que o funcionamento da linguagem da TV se dá na relação imagem/texto, plataformas textuais que devem caminhar juntas sem competir uma com a outra, ela deixa transparecer uma maior valorização do elemento visual em suas concepções acerca do tema.

Estamos em um mundo comandado pela imagem, que por causa da alta tecnologia está cada vez mais presente em nossas vidas. Já conhecemos muito bem o poder de uma imagem, o quanto ela impacta quando carrega informação e emoção. Ela atrai, envolve, domina, nos conduz e se eterniza na memória (PATERNOSTRO, 2006, p. 73).

Em meio à incontestável consideração da imagem como carro chefe, a autora até coloca em seu texto a condição de desafio de todo jornalista que trabalha entre a imagem e a palavra, porém, retorna a destacar a imagem e aí inclui o que considera ser a visão do telespectador:

Quando o telespectador liga a televisão para assistir a um telejornal ele quer se informar, saber as notícias. E saber que será por meio da imagem. Muitas vezes, quando existe uma imagem forte de um acontecimento, ela leva vantagem sobre a palavra. Ela é suficiente para transmitir, ao mesmo tempo, informação e emoção (...) a imagem é uma linguagem universal, tem um entendimento imediato e possibilita às pessoas a visão de uma realidade externa àquela em que vivem. Esse é o contexto das imagens no telejornalismo (PATERNOSTRO, 2006, p. 85).

Observemos que, além de reafirmar a predominância do código imagético, Paternostro apóia também a concepção simbólica da imagem, cujo conhecimento seria universal.

Em sua constatação de que a imagem se sobrepõe, de fato, às outras plataformas textuais, Rezende (2000, p. 44) acrescenta que “nesse contexto de soberania do icônico, a palavra assume um lugar de submissão à imagem, sobretudo quando o jornalismo adquire a aparência de show”. Para mostrar como é patente esta postura em meio ao telejornalismo brasileiro, o autor cita o manual de telejornalismo da Rede Globo de Televisão, que, por sua vez, se inspira nas normas do *Television News*, um verdadeiro receituário do telejornalismo norte-americano. “Imprescindível (...) é não esquecer que a palavra está casada com a imagem. O papel da palavra é enriquecer a informação visual.



Quem achar que a palavra pode competir com a imagem está completamente perdido” (REDE GLOBO DE TELEVISÃO *apud* REZENDE, 2000, p 44).

A propósito do casamento palavra/imagem aludido pelo manual da Rede globo de Televisão, Rezende faz uma analogia com o casamento entre duas pessoas, em que “na dinâmica das relações cotidianas, tudo é possível” (REZENDE, 2000, p. 45). E finaliza: “em vez de proclamar o império do icônico no discurso televisivo, parece mais factível a hipótese de que a construção da mensagem da TV reflete uma complexa intervenção de signos de natureza diversa e em contínua interação”. Eis aí a abertura à discussão sobre o viés semiótico das mensagens telejornalísticas, que será ampliado mais adiante neste artigo.

Na fortificação da palavra frente à imagem no telejornalismo, Rezende (2000) orquestra uma outra série de posicionamentos. A concepção da TV brasileira como uma “rádio ilustrada” ganha destaque frente à incontestável realidade cultural de nosso país, em que as letras perdem historicamente para a predominância da oralidade. Rezende cita o autor francês Michel Chion, para quem “o som da palavra exerce um papel central na condução da narrativa, sobretudo quando a programação televisiva se estende por todo o dia e é captada em diferentes situações, no trabalho, em casa” (CHION *apud* REZENDE, 2000, p. 46). De fato, a trajetória do jornalismo no Brasil mostra que foi em uma realidade muito semelhante a esta que se deu a participação do rádio na nossa cultura.

E a busca pelo reconhecimento da palavra como elemento definidor na produção global de sentidos em um texto não para por aí. No coro que fortalece a preponderância do suporte verbal sobre o imagético, entram ainda Muniz Sodré, Eduardo Coutinho, Ciro Marcondes Filho, Arlindo Machado, Heródoto Barbeiro e Armando Nogueira.

Para Sodré (1977), o código verbal impõe-se definitivamente ao visual na televisão. Essa característica, pois, a aproxima mais do rádio e menos do cinema. O autor ainda enfatiza que a TV pode mostrar qualquer coisa, mas vê-se obrigada a explicar (verbalmente) o que mostra.

Coutinho *apud* Rezende (2000) considera que não existe imagem muda em telejornalismo. O autor destaca que o estilo de telejornalismo praticado no país depende mais do som do que da imagem, já que uma imagem muda tem uma busca livre de sentido. Ao concordar com Coutinho, entende-se que, no papel informativo que se outorga, o telejornalismo não procura abrir o leque de interpretações, mas sim possibilitar, com a imagem, um reforço das verdades que postula.



A propósito dessa condição de verdade no telejornalismo, fortificada pela utilização da palavra em meio ao discurso, é possível associarmos o pensamento de Martine Joly. A autora declara que

Não só a linguagem verbal é onipresente como determina a impressão de “verdade” ou mentira que uma mensagem visual desperta em nós (...) julgamos uma imagem como “verdadeira” ou “mentirosa” não devido ao que representa, mas devido ao que nos é dito ou escrito que representa. Se admitimos como verdadeira a relação entre o comentário da imagem e a imagem, vamos julgá-la verdadeira; se não, vamos julgá-la mentirosa (JOLY, 1996, p. 116-7, grifos do original).

Nessa corrente de valorização da palavra em relação à imagem, Marcondes Filho (1994), Arlindo Machado (1993) e Heródoto Barbeiro (1994) também têm pensamentos convergentes. Para o primeiro, na narrativa da TV tem como eixo principal o diálogo, à medida que ocorre uma espécie de atrofiamento de todas as outras formas expressivas. Machado reforça a preponderância da voz no telejornalismo, numa polifonia que reduz a imagem de corpos e outros elementos figurativos visuais a meros suportes secundários. Já Heródoto Barbeiro, cuja trajetória televisiva mescla-se à intensa atuação radiofônica, mostra, inclusive, exemplos do que chama de “rádio na tevê”:

(...) a televisão faz rádio na tevê, quando não tem imagem para apresentar. O exemplo mais bem-sucedido do telejornalismo, a rede americana CNN, usa e abusa do “rádio na tevê”. Foi o que fizeram durante boa parte da cobertura da Guerra do Golfo e receberam reconhecimento internacional. Quando o apresentador do Bom Dia Brasil, da TV Globo, fala com um entrevistado pelo telefone (...) está fazendo rádio na tevê. Quando entra um boletim do repórter coberto por um *slide* com a foto dele e um mapa de onde fala, no Jornal Nacional, também é rádio na tevê (BARBEIRO *apud* REZENDE, 2000, p. 53).

A discussão sobre a preponderância ou não da palavra sobre a imagem termina, em Rezende (2000), num tom de vantagem ao texto verbal. Isso fica claro quando, em meio às semelhanças lançadas entre a TV e o rádio no Brasil, é enfatizado o maior sucesso da fala espontânea em relação ao discurso lido. Além disso, é realçada a maior possibilidade de aproximação com a instância receptiva, considerando que a função fática – presente na fala radiofônica e televisiva – testa, coloca mais constantemente à prova o canal básico de comunicação sonora, com destaque para peculiaridades do discurso oral diário, como as repetições, as hesitações e incompletudes, além das autocorreções.



3 A pertinência da aplicação do método semiótico ao estudo da produção de sentido no telejornal

A semiótica dedica-se ao estudo da produção de sentido e, neste estudo, o método ganha espaço pelo fato de ser “um dos poucos que têm nas linguagens seu objeto privilegiado de análise” (IASBECK, 2009, p. 193). Como nosso problema contempla as tensões internas entre imagem e palavra em meio ao discurso telejornalístico, a semiótica colabora, portanto, de modo interessante.

Conforme Iasbeck, dentro do princípio da semiótica, temos o signo como base de compreensão e ação. Para Peirce *apud* IASBECK (2009, p. 194), signo “é tudo aquilo que nos chega da realidade, que nos é dado perceber e que, portanto, não é a realidade inteira, mas uma parcela dela (...) que representa o todo, na impossibilidade de que ele apareça em sua plenitude”.

Já neste ponto, é possível vislumbrar uma aplicação direta do método à problemática da tensão entre imagens e palavras na produção de sentidos no telejornalismo. Isso porque, seja qual for o tema de que se fala e que se mostra, sejam quais forem as figuras de que se falam e que são expostas numa conformação televisiva da notícia, esses dados podem ser considerados apenas parte da realidade – a parte dizível e mostrável naquele momento.

Outro motivo pelo qual recorre-se à aproximação do método semiótico de análise é o que se considera como sua adequação às características do texto audiovisual, que, na origem, traz ligações com códigos comunicacionais já complexificados (o código lingüístico – ou oral – muito forte na cultura nacional em que nos situamos; e o código visual – ou icônico – com sua multidimensionalidade relacionada à forma e multissensorialidade relacionada aos sentidos). Cada uma dessas plataformas textuais – lingüística ou icônica – já abriria uma série de possibilidades de representação da realidade. Ao serem associadas, vemos potencializadas as suas capacidades de atuação.

Sem dúvida, outra forte razão da recorrência ao método semiótico em meio às análises da pesquisa que dá origem a este artigo é a necessidade que parece geral a todas as novas problemáticas de pesquisa (pelo menos novas a seus respectivos pesquisadores): permitir que as discussões sejam permeadas e visitadas por outras linhas de pensamento, na ausência da pretensão de encerrar as discussões. Assim, conforme sinaliza Iasbeck (2009, p. 196) a respeito da abordagem semiótica, neste trabalho busca-se “o alargamento de possibilidades, fator estritamente ligado à proliferação de sentidos”.



Finalizando o rol de razões pelas quais o método semiótico colabora sobremaneira neste olhar sobre as tensões imagético-verbais no telejornalismo, temos que – a propósito de todo investimento comunicacional – o produto midiaticado (e não seria diferente, claro, com o telejornalismo) dirige-se a um outro. É para este outro e com este outro que o processo de produção de sentido se dá (IASBECK, 2009). Intenções e apostas da instância produtiva tornam-se mais ou menos influentes à medida que dependem do modo como são lidas (se o forem) e utilizadas pela instância receptora. Este entre, esta relação é que faz surgir o sentido. E é neste entre, nesse elo entre as instâncias, no texto corrente e à disposição de todas as leituras possíveis, que se concentra o presente estudo.

Conforme sinaliza Iasbeck (2009, p. 203),

trabalhar semioticamente um objeto de pesquisa significa relacioná-lo com o maior e o mais significativo número e natureza de possibilidades que ele comporta, buscando compreendê-lo em movimento, dinâmico e operante, ainda que tais relações possam, eventualmente, estabelecer paradoxos incontornáveis. É, pois, pensar para os lados, alastrando o espectro de sua atuação, adensando as possibilidades de sentido e projetando tendências e novas frentes de atuação deste mesmo objeto.

A propósito desta concepção, Lúcia Santaella colabora com a problemática lançada neste trabalho. A autora traça um olhar semiótico sobre a mensagem transmitida pela TV:

(...) sua complexidade semiótica é sempre grande. Tudo se dá ao mesmo tempo: som, verbo, imagens que podem adquirir feições as mais diversas e multifacetadas, além do ritmo, dos cortes, junções, aproximações e distanciamentos que provavelmente se constituem num dos aspectos mais característicos dessa mídia (SANTAELLA, 1992, p. 28).

No esforço de ilustrar aspectos da tensão imagético-verbal permanente em relação às produções audiovisuais (telejornalísticas, em especial) – e cuja discussão já foi bastante exposta neste artigo – partimos, a seguir a uma breve análise dos aspectos da ancoragem e do revezamento, problemática explorada por Martine Joly (1996).

4 A ancoragem e o revezamento em Jornal do Almoço

Adepta do método semiótico, Martine Joly, citando Barthes, lança a problemática da interação e complementaridade. Aí surgem as discussões sobre a ancoragem e o revezamento, aplicáveis tanto ao estudo da publicidade, como do (tele)jornalismo.



Temos que “a ancoragem descreve uma forma de interação imagem/texto na qual o último vem indicar o ‘nível correto de leitura’ da imagem. Esse tipo de interação pode, de fato, assumir formas muito variadas que exigem uma análise caso a caso” (BARTHES *apud* JOLY, 1996, p. 118).

O revezamento, também a partir do próprio Roland Barthes, é definido como “uma forma de complementaridade entre a imagem e as palavras, a que consiste em dizer o que a imagem dificilmente pode mostrar” (BARTHES *apud* JOLY, 1996, p. 119). Claro, essa dificuldade é mais pronunciada em termos de imagem fixa, já que temporalidade e causalidade são mais facilmente ilustráveis nas imagens em sequência ou animadas. Porém, este estudo lança mão de exemplos em que o revezamento ocorre mesmo dentro das imagens sequenciais de que se utiliza o telejornalismo.

Para fins de observação da ancoragem e do revezamento, foi delimitado um corpus de duas edições do Jornal do Almoço, telejornal produzido pela RBS TV, empresa do Grupo RBS, atuante no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina. As edições englobam tanto os blocos veiculados de maneira geral para todo o Rio Grande do Sul, como o bloco da sucursal da cidade de Santa Maria, transmitido para toda a região central do Estado. As duas edições são referentes à primeira veiculação dos meses de janeiro e fevereiro de 2010, sendo que os formatos escolhidos em cada uma para observação da ancoragem e do revezamento foram definidos pela pesquisadora a partir da verificação daqueles considerados mais adequados às reflexões necessárias.

4.1 Revezamento

A propósito do revezamento no telejornal, temos como um dos principais exemplos os fatores que levam um repórter a inserir a passagem⁴ em uma reportagem. Ocorre que, a cada saída a campo, são inúmeras as vezes em que os dados necessários à completude da mensagem não se encontram visualmente disponíveis. Assim – na ausência de conformação física – palavras, números, nomes, situações acontecidas ou mesmo determinadas simulações passam a fazer parte da edição sendo traduzidos/ditos a partir da figura do próprio repórter inserido como personagem na matéria.

A experiência mostra que, em termos de TV, é preferível ter uma pauta adequada ao meio telejornalístico (no sentido de ter imagens relativas ao tema a ser

⁴ REZENDE (2000, p. 157) chama de boletim esta parte da reportagem em que o repórter coloca-se em frente à câmera a falar determinado texto. O autor define o formato reportagem como constituído de “cabeça, *off*, boletim, sonoras (entrevistas) e pé”.

abordado), mas caso não seja possível, não se perde a oportunidade de informar e utiliza-se, sim, a figura do repórter como ilustração. No exemplo a seguir, retirado da edição de 1º de janeiro, observamos esse recurso do revezamento, com a verbalização daquilo que não pode ser ilustrado:



Figura 1: Passagem verbaliza o que não é visualizável



Figura 2: Finalmente uma imagem referente ao tema, ilustrado – até então – apenas pelo repórter

Maurício Saraiva: Você que é colorado e está assistindo ao Jornal do Almoço! Eu estou dentro do vestiário no Estádio Beira-Rio, onde começa o trabalho de Jorge Fossati em 2010: conhecer os jogadores, dominar o grupo, escalar um time suficientemente competente, para que possa alcançar este título – o de campeão da Libertadores da América (...) Se Jorge Fossati conseguir isso, levará o torcedor do Inter a um sonho ainda mais alto (...) Será que dá?!

Neste exemplo, como à maioria do público telespectador não é familiar a conformação visual interna do vestiário do Estádio Beira-Rio, a personagem do repórter Maurício Saraiva fala de sua localização, para dar o contexto dos dados que passará a listar também verbalmente, devido à incapacidade do suporte textual visual de mostrar aquilo de que se fala: “conhecer os jogadores, dominar o grupo, escalar um time suficientemente competente”.



Somente depois dessa introdução é que aparece a primeira imagem (uma foto) referente ao assunto. Esta, sim, é de domínio mais amplo do público: um pôster do time quando da conquista do título aludido na fala do repórter. A representação contém em sua composição o que se pode entender como imagens de caracteres de um texto lingüístico que se consegue, inclusive, decodificar. É interessante observar ainda a menção a outro dado que não teria como ser representado visualmente com a certa dose de objetividade convencional na imprensa eletrônica: O repórter afirma que “Jorge Fossati (...) levará o torcedor do Inter a um sonho ainda mais alto”. Na tentativa de simbolizar o sonho, em outro trecho da reportagem – aqui não representado visualmente – a personagem do repórter ainda lança o dedo indicador em direção à cabeça, num ato simbólico que faz menção ao lugar onde se processam os sonhos.

Os dados até aqui analisados mostram tentativas de suprir a falta da imagem por meio da verbalização. É possível observar claramente aquilo que já conceituamos neste trabalho como a “rádio ilustrada”. Ouvimos um discurso típico do rádio, rico em expressões coloquiais, além das funções fática e conativa da linguagem, que chamam a atenção mesmo de quem possa não ser torcedor do referido time. Este discurso ganha cobertura visual relativamente simples (uma foto, expressões faciais e gestos do repórter), mas parece encontrar-se completo, no sentido de que todos os dados da informação verbal parecem encontrar compensação à falta de imagens no esforço da verbalização. Nessa hora, é interessante refletir se essa sensação de completude da mensagem não seria uma tendência à valorização de nossas raízes orais.

4.2 Ancoragem

Para desenvolver o exemplo de ancoragem a seguir, foi selecionada a abertura do bloco regional de Santa Maria, referente ao dia 1º de fevereiro. Nela, um momento típico de toda nova edição: a escalada, que tem o papel de anunciar os principais assuntos a serem apresentados, na tentativa de captar e manter a atenção do telespectador. Para fins de objetividade e brevidade, excluem-se as imagens que ilustram as figuras dos apresentadores e aludem-se apenas a algumas imagens usadas concomitantemente ao texto verbal emitido por essas personagens.

Clarissa Schwartz: Olá, bom dia! Acidente na BR 287 mata o vereador de São Vicente do Sul, Felipe Paim, de 24 anos.

Denis Cabreira: A vítima é filho do ex-prefeito de São Vicente do Sul, Fernando Paim, que também morreu num acidente de trânsito há oito anos.



Figura 3: A orientação verbal permite entender de quem é o sangue na mureta

Clarissa Schwartz: O reforço da região às tropas brasileiras que estão no Haiti.

Denis Cabreira: Mais de 100 militares se despediram das famílias ontem em Santiago. Eles embarcam para o país caribenho em três semanas.



Figura 4: A imagem não é de outra coisa, senão da despedida dos militares

Clarissa Schwartz: Você vai ver também as notícias do esporte! Internacional conquista o bicampeonato da Copa Santiago de Futebol Juvenil.



Figura 5: A conquista (verbalizada) fez entender que a imagem se refere aos vencedores

Em cada trecho da escalada analisada acima, observa-se claramente o direcionamento, o poder de orquestração da palavra sobre o suporte visual do texto. E o direcionamento segue uma metodologia aplicada à apresentação de cada temática: primeiro, o apresentador aparece a introduzir os assuntos verbalmente, com entonações que vão da gravidade do tema denso (seja ele sério ou triste) à agudez dos temas mais



leves (sejam eles relacionados a esportes ou atos heróicos). A imagem disponível nessa introdução apresenta um cenário – pano de fundo comum a todos os momentos da edição – e a conformação física do apresentador, que se utiliza de alguns gestos e expressões faciais.

Após as informações preliminares, que introduzem e prendem as significações do telespectador ao âmbito verbal da notícia, são introduzidas as imagens, cuja interpretação já tende a se dar totalmente condicionada aos textos verbais que as precederam. Podemos observar um bom exemplo dessa orientação da palavra em relação ao “‘nível correto de leitura’ da imagem” (BARTHES *apud* JOLY, 1996, p. 118) no texto de escalada que acompanha a figura 3.

A imagem, em si, sem um texto verbal orientador, certamente não teria capacidade de indicar que lugar é aquele que aparece nela representado, e muito menos insinuar a quem pertenceria a substância avermelhada (sangue) que se dispõe em traços espalhados sobre a estrutura de alvenaria. Nesse sentido, é interessante destacar que o trecho “Acidente na BR 287 mata” é exatamente o que precede a inserção da imagem neste tema da escalada. O trecho seguinte “o vereador de São Vicente do Sul, Felipe Paim, de 24 anos” se apresenta em concomitância com a imagem do que, neste momento, já é possível ao telespectador significar como uma ponte ensanguentada depois de um acidente.

5 Conclusões

Este trabalho busca contribuir para a continuidade das análises e reflexões acerca da relação palavra/imagem no âmbito da produção telejornalística. E nesse sentido, é justo que sequer tente dar um termo a esta, até hoje, infindável discussão. O que mais interessa, portanto, não são conclusões, mas algumas considerações e destaques finais (deste artigo).

Como este texto integra uma pesquisa maior, relacionada ao estudo da produção de sentido no telejornalismo, foi necessário enquadrar aqui um protótipo de análise que pode ou não ser aplicado ao conjunto dos estudos. Contudo, o que de mais interessante houve neste trabalho em particular – em termos de contribuição ao amadurecimento e fixação de conceitos – foram o esforço em situar a condição do olhar que se experimenta: o da semiótica aplicada à análise de um produto audiovisual, além da dedicação em compreender as mais diversas concepções acerca da imagem e da palavra na produção diária de conteúdos informativos. Tanto que foi extremamente necessária a



extensão da seção que abre com o questionamento sobre se está traçada uma hierarquia imagem palavra na televisão.

A insistência pela resposta a essa dúvida foi o motor que impulsionou toda uma sistematização de ideias e conceitos que enriquecem a discussão geral. Afinal de contas, a resposta não aparece de modo direto, e não deve ser assim pelos próximos tempos. Ela, na verdade, ainda encontra-se num fazer-se, assim como se faz todo dia, a todo momento, o sentido na vida dos seres comunicantes. Seguem as discussões teóricas, as análises e as breves conclusões que caminham para uma ainda insistente ampliação do tema aqui explorado.

REFERÊNCIAS

IASBECK, Luis Carlos Assis. Método semiótico. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009. p. 193-214.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas, SP: Papyrus, 1996.

MACHADO, Arlindo. Telejornal em Tempo de Guerra. In: **Ensaio sobre a Contemporaneidade**. São Paulo: Book Disk 1, 1993.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**. São Paulo: Scipione, 1994.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

REZENDE, Guilherme J. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das Mídias**. São Paulo: Razão Social, 1992.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**. Petrópolis: Vozes, 1977.