



UMA ANÁLISE SEMIÓTICA DO WEBJORNALISMO

Fernanda Steigenberg Ramos¹, Ana Paula Machado Velho²

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo trazer à tona alguns conceitos de Semiótica, a chamada teoria dos signos. A curiosidade foi o incentivo inicial que levou ao mergulho nesta teoria complexa e muito intrigante. Em primeiro, porque envolve qualquer tipo de comunicação em qualquer meio. Neste artigo o objeto de aplicação é o webjornalismo. Um novo jeito de fazer jornalismo, que abre um leque de possibilidades para trabalhos de pesquisa, porque vem mobilizando novas práticas de produção e também agregando novos usuários que acessam os sites em busca de notícias. Em outras palavras, quer-se investigar, por meio da Semiótica, como o jornalismo se utiliza da tecnologia dos websites para compor signos que levam informação ao público.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; semiótica, website.

1. INTRODUÇÃO:

O webjornalismo é uma nova maneira de propagar a informação por meio de uma tecnologia de grande expressão na história da comunicação, que nem sempre foi utilizada com eficiência e explorando todas as possibilidades que ela proporciona. Existem websites de jornalismo que apenas transpõem o texto do jornal impresso para o computador. Outros são como uma metáfora dos periódicos, com ligações (links) com as edições anteriores. Mas, são poucos que se adequam ao novo suporte advindo da evolução tecnologia informática, que trouxe para a cultura o meio de comunicação chamado World Wide Web. Para que o jornalismo se expresse de maneira “adequada” na Web precisa se organizar respeitando as suas características como a multimídia, a interatividade, a hipertextualidade, a customização do conteúdo ou personalização, a memória, a instantaneidade ou atualização contínua tudo isso amarrado em uma interface, ou seja, um ponto de contato entre a máquina e o homem que está repleta de signos.

De acordo com Santaella (2003), Charles Sanders Peirce (1839-1914), cientista, lógico, matemático e filósofo, foi também um dos grandes pensadores a respeito dos vários tipos de linguagem, o signo é veículo do significado das coisas. É tudo aquilo que se refere à outra coisa, “só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar, substituir uma outra coisa diferente dele [...] o signo não é o objeto. Ele apenas está no lugar do objeto” (SANTAELLA, 2004, p.58). A semiótica, então, estuda os modos de significação, condições em que o signo é considerado signo, a arte do pensar e como o pensamento se desenrola, ou seja, se concretiza no mundo. Estuda como a moda, as palavras e o jornalismo são organizados para dar ganhar sentido no grupo social. Se

¹ Acadêmica do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. Departamento de Comunicação Social Centro Universitário de Maringá – CESUMAR. redimida.fer@gmail.com

² Professora Doutora orientadora do Projeto de Iniciação Científica. anapaula.mac@gmail.com

aplica a todo tipo de comunicação através de qualquer tipo de linguagem: escrita, falada, gestual. Quando se pensa em todo o universo da comunicação percebe-se que em tudo há signos, em todos os lugares, em todos os tipos de linguagem. Isso acontece, pois o homem, animal racional, pensante, os utiliza para efetivar a comunicação. Logicamente, são usados em níveis diferentes.

Por exemplo, um signo pode ser ícone, um índice ou um símbolo. É um ícone o signo que tem semelhança com seu objeto, um desenho de uma árvore por exemplo, é a representação idêntica do objeto, portanto um ícone ou como está relacionado com aspectos da primeiridade o signo a representação de uma perspectiva pessoal.

O índice é uma representação parcial do objeto, uma questão existencial, é um tipo de signo que aponta diretamente para o objeto. “O índice, como seu próprio nome diz, é um signo que como tal funciona porque indica uma outra coisa com a qual ele está factualmente ligado” (SANTAELLA, 2004, p.60). Por exemplo: pegadas na areia são um índice de que alguém passou por ali.

Já o símbolo não se parece nada com seu objeto, é uma representação aceita por convenção, uma placa redonda com a letra “E” e uma tarja vermelha na diagonal diz que aquele local não é estacionamento, ou mesmo, a escrita no geral que existe e acontece por ser uma convenção.

2.MATERIAL E METODO:

Para entender que tipos de signos são utilizados para dar sentido ao webjornalismo, em primeiro lugar, realizou-se uma pesquisa bibliográfica que pudesse sustentar a apresentação da teoria dos signos desenvolvida por Charles Peirce e que serviu de base para a análise dos websites. Leu-se, ainda, obras que discutiam a lógica da produção jornalística, sobre como funciona os sites de webjornalismo, as redações e se pudesse perceber como se constrói sentido na prática jornalística na Web. Esse material foi base teórica para a análise semiótica do site da BBC, que é uma das fontes de notícia mais importantes no mundo.

,3. RESULTADOS E DISCUSSÃO:



Figura 1: Site da BBC Fonte: www.bbc.co.uk/portuguese

No site encontramos signos que são categorizados por Peirce como ícone, índices e símbolos. Por exemplo, o desenho de alto falante, é ícone do objeto, o alto falante do mundo real, porque utiliza da característica afunilada do objeto, suas formas e traz a idéia de que a notícia pode ser ouvida. As fotos, que signos que funcionam como um recorte parcial da realidade de seus objetos e que existem independente dele, no caso são índices. Outra categoria encontrada é o texto verbal, uma convenção, um signo que não se parece nada com o seu objeto. Por exemplo, a palavra Venezuela, não é o país Venezuela, mas uma representação que se refere a esse determinado país. E isso ocorre paralelamente com as frases e textos desse portal. Outro exemplo é o sumário, pois é um símbolo de que pode ser encontrado diversas informações, ou seja, uma forma organizada de representar os diversos conteúdos que podem ser encontrados neste site.

4.CONCLUSÃO:

Vê-se, então, que a Web vem contribuindo para o enriquecimento sógnico do jornalismo. A tecnologia digital vem proporcionando novas leituras e, junto com estas novas estratégias, surgem novas marcas, novos signos que vão contribuir para o estabelecimento definitivo do jornalismo no ambiente digital.

REFERÊNCIAS:

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003. 120 p.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Thomson, 2002

PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Bahia , Gjol, 2003.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção on-line**. São Paulo: Summus, 2003.