

## MULTIMODALIDADE NA ERA DA TRANSMÍDIA: UM ESTUDO DO REGIME SEMIÓTICO DE EMISSÕES TELEVISIVAS POSTADAS NO SITE *YOUTUBE*

*(Multimodality in transmedia age: a study of the semiotic setting from TV shows posted on YouTube)*

Rafael Rodrigues da Costa<sup>1</sup>  
(Universidade Federal do Ceará)

### ABSTRACT

*Language practices in media environments take place increasingly under the impact of transmedia (JENKINS, 2008), or trans-media content delivery. Such migration happens incessantly in media such as the television and the Internet. Hence, we wonder how the construction of meaning in audiovisual genres is realized in different media. The intention is to draw a parallel between language resources and multimodal discourses. We take hold of Kress' (2010) assumptions to identify the role of semiosis in a corpus from three videos in the YouTube site. The analysis is based on the metafunction category (Kress, van Leeuwen, 2006). We note that the change of medium causes a reordering of these macrofunctions.*

**Keywords:** *transmedia; multimodality, language metafunction.*

### RESUMO

*As práticas de linguagem em ambientes midiáticos se realizam, crescentemente, sob o impacto da transmídia (JENKINS, 2008), ou trânsito de conteúdos entre mídias. Tal migração acontece incessantemente entre ambientes como a televisão e a internet. Assim, nos questionamos como ocorre a construção de sentidos em gêneros audiovisuais que sofrem mudança de suporte. Trata-se, aqui, de traçar um paralelo entre recursos de língua/linguagem voltados para o discurso multimodal. Apropriamo-nos de reflexões como a de Kress (2010) para identificar o potencial significativo das semioses num corpus composto por três vídeos do site YouTube. A análise se baseia na categoria de metafunção (KRESS; van LEEUWEN, 2006). Observamos que a mudança de suporte ocasiona um reordenamento dessas macrofunções.*

**Palavras-chave:** *transmídia; multimodalidade; metafunção da linguagem*

### Introdução

Traçar um paralelo entre recursos de língua/linguagem voltados para o discurso multimodal permite-nos ponderar, pelo menos em princípio, que em nenhum outro momento da história as sociedades viveram tamanho grau de complexificação de suas práticas discursivas como na época atual, em que paira sobre nós um ubíquo sistema midiático. Como agravante, percebe-se uma espécie de empoderamento<sup>2</sup> do público, agora capaz de produzir suas próprias enunciações. É evidente o impacto social de tal mudança de posição: aos

<sup>1</sup> Professor Assistente A do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará. Mestre e doutorando em Linguística pela Universidade Federal do Ceará.

<sup>2</sup> Tal conceito é discutido em Mazzetti (2009) e Costa (2009).

poucos, aquilo que as primeiras teorias da Comunicação chamavam de “massa” poderia, hoje, ser melhor caracterizado como usuário-produtor de conteúdos midiáticos ou, ao menos, leitor fruidor capaz de se apropriar dos símbolos circulantes nas mídias.

Se as mídias audiovisuais, como a televisão e o cinema, ajudaram a popularizar ou estabelecer a onipresença da imagem e do som no cotidiano das grandes aglomerações urbanas, a digitalização e a entrada em rede dessas mesmas mídias, via internet, potencializou o fenômeno. Como bem observa Gomes (2007, p. 62), em sua tese de doutorado, “a crescente ubiquidade do som e da imagem, dos filmes na TV, no computador e na internet traz uma complexidade multissemiótica para as representações que produzimos e vemos à nossa volta.” Essa complexidade a que se refere Gomes parece soar como um desafio à Linguística como ciência.

Em poucas palavras, historicamente atenta aos fenômenos desencadeados nas e pelas semioses verbais (fala e escrita), a Linguística passa a identificar, como objetos legítimos de estudo, mais que os recursos da linguagem verbal, os eventos comunicativos materializados em outras formas de semiose, como a imagem (estática e em movimento), o som e o design gráfico entre outros. Foi quando a ideia de *visual literacy*, ou letramento visual, tornou-se aceitável na área e em ciências afins<sup>3</sup>. Mais recentemente, a chamada semiótica social tem buscado não apenas sistematizar os conhecimentos nesse campo de estudos, mas trabalhar em bases epistemológicas sólidas. Dois estudiosos, Gunther Kress e Theo van Leeuwen (2006 [1996]), a partir de uma teoria da linguagem de base hallidayana, reuniram elementos para postular a existência de uma gramática voltada aos signos visuais. O desenvolvimento de aparatos adequados de análise de enunciados multimodais tem pautado pesquisadores filiados à Semiótica Social ao redor do mundo<sup>4</sup>.

Neste artigo, engajamo-nos em um esforço consonante com os estudos de pesquisadores semioticistas. Nosso objetivo é identificar, a partir dos referenciais da Semiótica Social (KRESS, 2010; KRESS, VAN LEEUWEN, 2006; LEMKE, 2002), o potencial significativo de vídeos postados no site *YouTube*, originalmente oriundos de gêneros televisivos. Trata-se, aqui, de buscar um paralelo entre recursos de língua/linguagem voltados para o discurso multimodal. Para tanto, também nos amparamos nas ideias de Jost (2004) sobre a natureza e a organização dos gêneros televisivos.

---

<sup>3</sup> Estudos como os de Dondis (1974) surgiram como fundamentais e neles já se antevia a tentativa de dialogar com textos visuais a partir do referencial teórico-metodológico da Linguística proposto por M. Halliday (1994).

<sup>4</sup> Além dos já mencionados, podemos citar O'Halloran *et al* (2004) e Dionísio (2010), entre outros.

No estudo ora apresentado, procuramos aproximar esses dois *frames* conceituais, partindo da constatação que os gêneros circulam entre a televisão e a internet em razão dos processos de transmídiação (JENKINS, 2008), característicos do atual cenário de convergência das mídias. São justamente esses enquadres teóricos que discutiremos inicialmente. Em seguida, mostraremos como construímos a metodologia de análise, para, finalmente, expor os resultados obtidos, que mostram como na internet as telenovelas adquirem uma nova feição, sobretudo na forma como o público ganha visibilidade, enquanto fruidor, mas também avaliador de seus conteúdos ficcionais.

## 2. Transmídia e web 2.0: a vez dos usuários

A cultura contemporânea abriga múltiplos exemplos de produtos capazes de atravessar as fronteiras de um *mídium* específico para ganhar sustentáculos em outras mídias, tanto por obra das empresas de mídias, mas também pela ação de pessoas anônimas. É o que Jenkins (2008) chama de narrativa transmidiática (*transmedia storytelling*): “uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2008, p. 135). Isso evoca as ideias de Ford (1999), para quem tal fenômeno pode ser reconhecido como sinergia, ao explicar a indissociabilidade entre esse trânsito de conteúdos e os interesses econômicos de grandes corporações.

É possível sugerir, sob esse prisma, que os sujeitos responsáveis pela migração de conteúdos audiovisuais entre televisão e internet – sobretudo, aqueles capazes de acrescer ou salientar certas camadas de sentido a esses conteúdos – estão criando narrativas transmídia, capazes de modificar o estatuto de pertença de tais narrativas a determinados gêneros. Trata-se de sujeitos que agem, muitas vezes, sem o consentimento formal das empresas detentoras dos direitos sobre narrativas, personagens e ideias originalmente materializadas.

Ressalte-se que tais práticas têm sido potencializadas, ao longo dos últimos anos, pela emergência da chamada *web 2.0* (O'REILLY, 2005). Nessa fase, a internet estimula a chamada "arquitetura de participação", algo que não se fazia presente na primeira fase dos serviços *online*. A admissão da importância do usuário aparece na abertura à sua participação por meio de comentários, ou pela possibilidade de intervir em processos colaborativos como a enciclopédia *online* Wikipedia. A *web 2.0*, seria, por assim dizer, a era da customização de interfaces e plataformas, ao gosto do usuário.

### 3. A teoria multimodal: alguns pressupostos

Com base em seus estudos voltados para significados de imagens no mundo contemporâneo e como elas desencadeiam letramentos visuais, Kress e van Leeuwen (1996, 2001) propõem que o conhecimento dos diferentes modos semióticos é capaz de ampliar as perspectivas para o estudo da linguagem. Por modo semiótico, esses autores designam as diferentes maneiras pelas quais o ser humano pode representar sua experiência ou codificar significados. Assim, o modo visual é discernível do modo escrito e esses, por sua vez, do modo sonoro. Na definição de Kress (2010, p. 79), modo constitui “um recurso (*resource*) semiótico socialmente formatado e culturalmente dado para a produção de significado”. Como exemplos de modos, o autor relaciona imagens, escrita, layout, música, gesto, fala (*speech*), imagem em movimento, trilha sonora e objetos 3D.

A exemplo de recursos da linguagem verbal, cada modo semiótico possui, inerentemente, diferentes potenciais representacionais ou para formação de significados, além de diferentes validações em contextos sociais específicos. Assim, fornecem meios distintos para a formação de subjetividades. No entanto, os modos semióticos não se apresentam de forma autônoma nem são utilizados de maneira discreta.

O cerne da proposta da Semiótica Social encontra-se balizado pelas funções da linguagem, propostas por Halliday (1994) ampliadas em Halliday e Mathiessen (2004). Em poucas palavras, a teoria de uma gramática sistêmico-funcional para os fenômenos da língua foi transportada para o âmbito de estudos semióticos de base multimodal (KRESS, VAN LEEUWEN, 2006). Esses estudos se aproximam do modelo hallidayano para propor que todo e qualquer modo semiótico abrange três metafunções:

- a **ideacional** (todo modo semiótico deve estar apto a representar aspectos do mundo da maneira como são vivenciados pelos seres humanos). Na análise do modo semiótico visual, os autores passam a falar de estrutura representacional (narrativa ou conceitual);
- a **interpessoal** (todo modo semiótico deve estar apto a projetar relações entre o produtor de um signo e o receptor/reprodutor desse signo, ou seja, cada modo semiótico deve ser capaz de representar uma relação social particular entre o produtor, o receptor e o objeto representado). Para análise do modo semiótico visual, os autores recorrem ao conceito de significados interativos;

- a **textual** (todo modo semiótico deve ter a capacidade de formar textos, complexos de signos coerentes tanto internamente, entre si, quanto externamente, com o contexto no qual e para o qual eles foram produzidos). Os autores, aqui, analisam o modo semiótico visual em termos de composição, e utilizam a expressão metafunção composicional.

Nessa visão dos fenômenos multimodais, os signos são motivados, à medida que a escolha de um significante corresponde aos interesses de um retor ou enunciador. Assim, escolhe-se as formas tidas como mais aptas para a expressão de um dado significado. Isso permite mostrar, por exemplo, que o uso de um tempo verbal como o passado perfeito pode significar distância social (KRESS, 2010, p. 58). Nos diversos modos semióticos mobilizados em textos multimodais, a Semiótica Social pretende esclarecer a função de cada um dos modos, a relação de cada modo com os outros e as principais entidades de um dado texto que envolva imagem e palavra.

#### **4. Dos gêneros televisivos e suas promessas**

Para Kress (2010), um gênero é uma categoria capaz de chamar atenção para a ‘emergência’ semiótica de organização social, de práticas e interações. Um gênero nomeia e ‘percebe’ o conhecimento do mundo como ação social e interação – a parte do mundo que se refere às nossas ações em inter-relação com outros, nas práticas sociais. Trata-se, pois, de uma categoria cultural, uma vez que se estabelece por meio da participação em eventos, perpassados por ações vividas como práticas reconhecíveis. Observe-se que eventos e práticas são vividos pelos participantes como tendo relativa regularidade e estabilidade.

Sugere, ainda, o referido autor que papéis sociais e relações são descritos e prescritos mais ou menos rigidamente dentro de um dado gênero. De acordo com Kress (2010), o gênero compõe um sistema de produção social de sentido, no qual incidem o discurso (que aponta para os significados elaborados acerca do mundo) e o modo (que se refere aos recursos materiais mobilizados para a produção do significado). O gênero, como exposto, dá a conhecer os papéis e relações sociais num determinado contexto, capazes de realizar a mediação entre o lado social e a dimensão semiótica.

Por outro lado, conforme propõe Jost (2004), os gêneros televisivos são objetos semioticamente complexos, que podem ser agrupados em três categorias distintas, de acordo com as diferentes *promessas de relação com o mundo*, engendradas por cada um delas. O

autor mencionado as denomina de mundos televisivos e os divide em mundo real, mundo ‘fictivo’ e mundo lúdico.

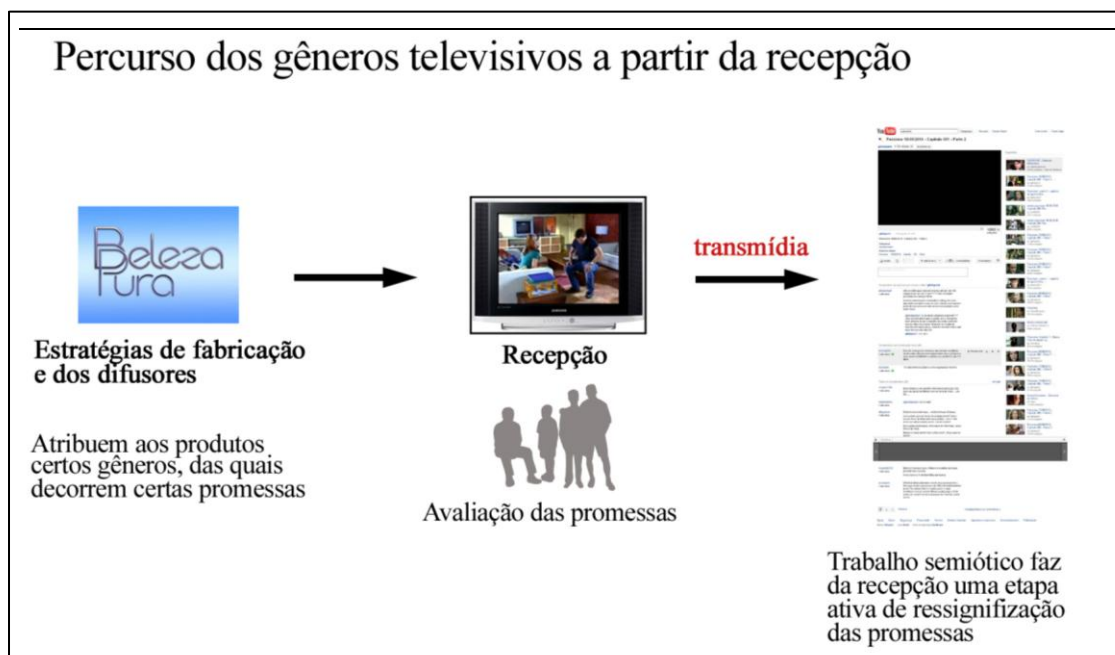
O mundo real agrupa gêneros, como o telejornal, que veiculam a promessa de referirem a objetos existentes no nosso mundo. O mundo ‘fictivo’ corresponde ao conjunto de gêneros que fazem referência a universos imaginários, paralelos, tais como os telefilmes e as telenovelas. Já o mundo lúdico comporta gêneros capazes de veicular a promessa do jogo, ou seja, seus signos não remetem diretamente nem à ficção nem à realidade, mas a uma espécie de meio termo interior (*in-between*), em que a própria mediação (as regras e mandamentos do jogo) constitui a referência. Nesse mundo, o espectador se engaja de maneira gratuita, sem esperar as compensações da fruição do real (mundo real) ou de uma encenação (mundo ‘fictivo’). Os *reality-shows* poderiam ser ali incluídos, ainda que pareçam resvalar em outra categoria mais próxima ao mundo real.

Tanto Kress como Jost sugerem uma noção de gênero fundada na percepção de que o manejo dos signos expressa, a um tempo, os interesses de um enunciador e as expectativas que esse deseja consolidar num co-enunciador ou receptor. Dessa maneira, a análise da constituição semiótica de um enunciado pode revelar sua pertença a um gênero, se o compreendermos como instância de emergência semiótica de certas práticas sociais. Neste artigo, esse esforço ocorre no sentido de descrever e interpretar como os co-enunciadores podem ressignificar certas promessas atribuídas a um gênero, ao promover a migração de seus exemplares para a internet.

## 5. Metodologia

Para a análise da construção dos significados em gêneros audiovisuais, submetidos a uma mudança de suporte, foram escolhidos três exemplares de vídeos postados no site *YouTube*, cujo ponto em comum é a pertença original a um mesmo gênero discursivo televisivo, a telenovela. Conforme sinaliza Jost (2004), esse é um gênero pertencente ao mundo ‘fictivo’ e que, portanto, veicula determinadas *promessas*, quais sejam, a de que se está diante de uma construção imaginária, fora dos fatos do mundo, porém dotada de uma lógica própria.

As considerações de Jost são, aqui, aproveitadas como estratégia metodológica, dentro de uma linha contínua em termos de recepção. A Figura 1, apresentada a seguir, esquematiza essa ideia.



**Figura 1:** Percurso da recepção dos gêneros televisivos em direção à ressignificação, baseado em Jost (2004)

A Figura 1, em destaque, evoca a ideia de uma linha contínua na mesma direção, uma vez que, se por um ponto de partida, permite-nos eleger um gênero pertencente a um dos mundos televisivos e, como decorrência dessa escolha, consentir-nos visualizar como certas *promessas*, originalmente veiculadas por esses gêneros podem ser reposicionadas, ou pelo *trabalho semiótico* de atores que não apenas assistem a um programa, mas podem fazê-lo migrar para outra mídia; por outro ponto, permite-nos traçar um dado trajeto percorrido pelo programa televisivo, no momento em que ele deixa de ser apenas um artefato semiótico feito para ser fruído em frente à televisão.

O processo que tentamos flagrar, aqui, consiste na migração de exemplares de telenovelas entre um mídiom, a televisão, para a internet, em que são ressignificados, ou simplesmente arquivados. A migração acontece, via de regra, quando um usuário ou grupo de usuários de internet obtém esse material (isso pode ser feito com discos rígidos capazes de se conectar à televisão ou por meio de placas de captura da imagem transmitida na tevê, por exemplo) e se dispõe a reeditá-lo, ou simplesmente reproduzi-lo, em canais de vídeo da web.

Ressalte-se que o gênero em questão – telenovela – possui grande inserção social, sendo aquele que tem reconhecidamente a maior audiência entre os programas televisivos da televisão aberta. Kress (2010), ao discutir a eleição de seus objetos de análise, postula que os objetos mais banais são aqueles que mais devem interessar ao analista, pois costumam indicar que todo e qualquer artefato é capaz de veicular uma visão de mundo – um conteúdo ideacional –, para usar a nomenclatura sistêmico-funcional, uma ideologia, bem como capaz

de expor algo sobre as relações entre atores específicos, em termos de metafunção interpessoal. No caso do presente estudo, a obtenção de dados realizou-se na web, no site *YouTube*. Para tanto, observamos os gêneros da TV no momento final de sua migração, integrando as *lexias* do site *YouTube*. Os critérios de escolha foram os seguintes:

- a) pertencimento original à TV aberta brasileira, atestado por algumas marcas paratextuais, como títulos e descrições dos produtos audiovisuais presentes nas *lexias* do *YouTube*;
- b) manutenção, nos vídeos postados no *YouTube*, da presença de participantes (eventualmente personagens), cenas e edição, em relação aos produtos audiovisuais. A comprovação da permanência desses atributos pode ser realizada, sempre que necessária, mediante acesso aos originais, armazenados no portal *globo.com*, da Rede Globo;
- c) distanciamento institucional das emissoras ou produtoras dos programas ou vídeos originais. O presente trabalho focaliza práticas de linguagem realizadas por usuários potencialmente capazes de subverter as promessas originais dos produtos televisivos – o que nos aproximaria nas mudanças nos gêneros audiovisuais as quais intentamos flagrar. Assim, buscamos nos distanciar de canais ou usuários identificados como representações oficiais de emissoras de televisão, por acreditarmos que tal vinculação institucional colocaria em xeque o espaço para as transgressões que, como temos visto ao longo do trabalho, são marca desse ambiente transmidiático no qual o *YouTube* se insere;
- d) mecanismos de participação abertos e em uso. Acreditamos que a presença de comentários, vídeos-resposta e outras marcas da avaliação dos usuários-espectadores são pistas importantes para entendermos, por exemplo, como se projetam certas relações entre atores numa página do *YouTube* – fornecendo-nos, dessa forma, elementos para discorrermos sobre as realizações da metafunção interpessoal numa dada *lexia*.

Selecionamos para o estudo ora apresentado três vídeos pertencentes, originalmente, ao gênero telenovela. Todas são telenovelas da Rede Globo, emissora de maior audiência do Brasil (FELTRIN, 2010). Para identificá-los, usaremos os títulos a eles atribuídos pelos usuários responsáveis por postá-los. São eles:



1. “Eu sou RICA”, postado pelo usuário “thiagorusso”, em 22 de março de 2010<sup>5</sup>. O vídeo tem 8 segundos e mostra, sem identificá-la nominalmente, a personagem Norma (Carolina Ferraz) numa cena da novela *Beleza Pura*. A personagem se levanta e diz, em tom agressivo: “Eu não vou acabar presa, sabe por quê? Eu sou rica! Eu sou rica!”.
2. “Momento Vanessão – Viver a Vida”, postado pelo usuário “brunodvn2”, em 30 de dezembro de 2009<sup>6</sup>. Com duração de 58 segundos, esse vídeo mostra um diálogo das personagens Helena (Taís Araújo) e Alice (Maria Luísa Mendonça), na novela “Viver a Vida”. Em alguns momentos do vídeo, são intercaladas cenas de outro vídeo, um *viral* do *YouTube* em que um travesti de Rondônia, conhecido como Vanessão, surge dizendo expressões iguais ou semelhantes às das personagens da novela, gerando um efeito cômico pautado numa espécie de intertextualidade involuntária.
3. “Passione 18/08/2010 – Capítulo 081 – parte 2”, postado pelo usuário gilslopes4, em 18 de agosto de 2010<sup>7</sup>. Aqui, durante 10 minutos e 17 segundos, vemos um trecho de um capítulo da novela “Passione”. A fala de um dos personagens, ao final do vídeo, é interrompida abruptamente.

Uma vez selecionados os dados, observamo-los em visitas a seus endereços no site *YouTube* (além de armazená-los em disco rígido, por meio de ferramenta de download de vídeos) para, em seguida, adotar os procedimentos de análise detalhados a seguir.

Na primeira etapa, buscou-se uma distinção das diferentes ordens de abstração presentes no hipertexto, de acordo com a categorização proposta por Chiew (2004), entre as quais se destacam quatro conjuntos: *item*, *lexia*, *cluster* e *web*. Ao *item* corresponde a instanciação de qualquer sistema de construção de significado (*meaning-making*) suportável pela tecnologia hipertextual. Um *item* decorre de escolhas feitas na metafunção composicional (ou textual, em caso de textos). A categoria das *lexias* corresponde a uma página navegável (*scroll*), atualizada em uma tela (de computador ou outros dispositivos). Já um *cluster* corresponde a um número de *lexias* conectadas por associações criadas a partir de links. A *web* designa os variados graus de associação, assim como os diferentes meios de associação entre *lexias* e *clusters*.

Em seguida, buscou-se a aplicação dos modelos de Kress; van Leeuwen ([1996] 2006) e Lemke (2002) para identificação das macrofunções em construtos semióticos multimodais ou hipermodais, no caso, a partir das *lexias* selecionadas da ferramenta *YouTube*. Levou-se

---

<sup>5</sup> Disponível em [http://www.youtube.com/watch?v=1G\\_FLcdN5tM](http://www.youtube.com/watch?v=1G_FLcdN5tM). Acesso em 10 de setembro de 2013.

<sup>6</sup> Disponível em [http://www.youtube.com/watch?v=YUk-O2EI\\_h8](http://www.youtube.com/watch?v=YUk-O2EI_h8). Acesso em 10 de setembro de 2013.

<sup>7</sup> Disponível em [http://www.youtube.com/watch?v=Q\\_5704pdpsM](http://www.youtube.com/watch?v=Q_5704pdpsM). Acesso em 10 de setembro de 2013.

em conta, ainda, as considerações de Kress (2010) sobre a natureza dos discursos, dos gêneros e dos modos, e como eles se relacionam com as diferentes metafunções. Essa análise nos permite vislumbrar como se estrutura o *regime semiótico* de uma dada enunciação.

O terceiro procedimento utilizado foi o comparativo, sempre que necessário, entre atributos pontuais de construção de significado partilhados ou não entre os vídeos postados no *YouTube* e as emissões originais, consideradas enquanto produtos televisivos. A análise, dessa forma, concentra-se nos fenômenos verificáveis no *mídium internet*, o que corresponde à etapa final do processo conforme mostrado anteriormente na Figura 1.

## 6. Resultados e discussão

A intensidade das modificações a que os exemplares do gênero telenovela são submetidos é variável. Como construtos multissemióticos, compostos de áudio (fala, música, sonoplastia) e vídeo (gravações analógicas e/ou digitais), efeitos especiais, vinhetas) e, eventualmente, textos (caracteres na tela), as telenovelas comportam reedições capazes de envolver uma ou mais dessas modalidades. Além disso, o escopo das mudanças se estende à sua formatação enquanto produto: na televisão, está organizada em blocos perpassados por intervalos comerciais, enquanto na internet está dividida em partes, em razão dos limites impostos por ferramentas como o *YouTube*.

Todos esses recursos são, em princípio, aspectos composicionais (ou organizacionais, conforme sugere Lemke (2002, p. 310), da constituição semiótica dos objetos aqui apresentados. Sempre de acordo com a autora, deve-se observar inicialmente esses elementos, em uma análise multimodal, justamente pela sua natureza saliente e por serem capazes de guiar nosso olhar. Assim, iniciamos a análise por esse ângulo para, em seguida, focarmos os demais (metafunções ideacional e interpessoal).

Antes, porém, cabe registrar, aqui, breves considerações sobre o contexto em que o *YouTube* se apresenta a seus usuários, conforme os passos sugeridos por Chiew (2004) na análise de hipertextos. O *YouTube* se apresenta como um espaço democrático em que bilhões de pessoas descobrem, assistem e compartilham vídeos criados originalmente (cf. *YouTube*, 2013). Nessa espécie de ideologia gregária, reside a linha-mestra a partir da qual a página se estrutura, seja por dar aos usuários a sensação de intensa participação, seja por figurar como espaço “livre” de veiculação de todo tipo de conteúdo audiovisual (as categorias de vídeos, exibidas na *homepage*, sugerem essa variedade). Assim, o *YouTube* procura demarcar, em sua

ambiência, os atributos de uma mídia democrática, e materializada a partir dos anseios de seus usuários, antes de tudo.

### 6.1 Metafunção composicional/organizacional

No site *YouTube*, todas as *lexias* que exibem vídeos enquadram-se naquilo que Kress e van Leeuwen (2006) denominam de *composite visuals*, ou seja, artefatos compostos por várias instâncias de representações visuais. Os referidos autores propõem ser possível a análise desse tipo de enunciação por meio dos postulados da gramática visual.

Nos fragmentos recolhidos para análise, conseguimos distinguir ao menos duas ordens de abstração hipertextual: a *lexia*, que corresponde à página em que os vídeos são exibidos, e os *itens*, que são unidades de sentido discerníveis dentro de uma *lexia*. Tais configurações são impensáveis na televisão, o que nos mostra, em primeiro lugar, como o suporte é um elemento importante na atualização das semioses. Na internet, mais especificamente no site *YouTube*, a composição não se dá apenas em função do fluxo temporal pelo qual se pauta a televisão e seus produtos (ao assistirmos aos capítulos, as cenas se sucedem no tempo, mas não no espaço, como aconteceria se pudéssemos ler as cenas impressas em papel). Por essa razão, nas *lexias*, o produto audiovisual não figura como hegemônico, embora apresente saliência em relação aos demais elementos da página, quais sejam: lista de comentários de internautas, “botões” diversos com funções de compartilhamento e exibição do vídeo, lista de vídeos relacionados, cabeçalho com barra de busca, e outras opções secundárias.

O valor informacional de certos elementos é obtido a partir do princípio da usabilidade (CHIEW, 2004; NIELSEN, 2010) no hipertexto, o que se coaduna com a distinção entre dado e novo. Os elementos novos tendem a se localizar na porção visível da página, conferindo a eles maior valor informacional. Em uma página que se intitula o maior repositório de vídeos do mundo, a escolha por esse padrão composicional nos parece pertinente para atribuir relevo aos vídeos, que são a razão de ser da plataforma.

Em termos de composição, o *mídiu*m televisão parece demandar outros tipos de ‘navegação’, expressão mais associada ao espaço virtual. Na TV, um *mídiu*m estritamente audiovisual, fala mais alto a dinâmica dos planos, dos enquadramentos e do uso do som, enquanto no site de vídeos tais convenções compõem a dinâmica de apenas um dos itens da página – o vídeo – embora este esteja saliente ao ponto de ser *destacável* e migrar para outras plataformas, como *blog* e outros tipos de página. A saliência do vídeo é demarcada por alguns itens textuais e links que o emolduram, como o título do vídeo no alto da página, sua

descrição, na parte inferior, as palavras-chave usadas para rotulá-lo e a caixa de comentários, disponível aos usuários.

Essa espécie de moldura (*framing*) sinaliza a centralidade do elemento audiovisual, em torno do qual orbitam outros arranjos semióticos, baseados no hipertexto, mais especificamente nas demandas e convenções da chamada *web 2.0*. Assim, torna-se possível assistir a um vídeo para, em seguida, comentá-lo, recomendá-lo ou o compartilhar em plataformas permeáveis ao conteúdo audiovisual.

Nesse processo, os modos visual e sonoro dos vídeos em questão passam por processo de edição. O que se vê na *lexia*, porém, é o resultado dessa manipulação, iniciada já no processo de *upload* dos vídeos. Ao nos determos sobre os atributos composicionais do item vídeo, é possível discernir diferentes graus de ativismo com que os usuários interveem nas produções audiovisuais. Diante de tais intervenções, é possível estabelecer um fluxo, conforme apresentado na Figura 2 a seguir.



**Figura 2:** Graus de intervenção em termos composicionais no item vídeo

O vídeo “Passione 18/08/2010 – Capítulo 081 – Parte 2” indicia o papel da ação de *upload* do próprio vídeo, como uma etapa que dá visibilidade a um processo composicional. Trata-se de uma composição, no sentido em que uma unidade de sentido, originalmente exibida na televisão, é manipulada de forma a ter excluídas algumas marcas da exibição original, quais sejam: presença de vinhetas e intervalos comerciais. O *upload* é a etapa final de um processo que pode ocorrer fora da internet, com o uso de programas de captura e edição de vídeo. Em um segundo momento, esse vídeo, já previamente dissociado de seu *mídiun* original, a televisão, é manipulado por um ator anônimo e passa a habitar um ambiente hipertextual, no qual emerge como elemento de saliência de um site de vídeos.

No caso do vídeo “Eu sou RICA”, uma unidade de sentido televisiva, como a cena de telenovela, é reduzida a oito segundos de duração. Numa estratégia que poderíamos denominar de metonímica, o ativismo dos usuários aqui se manifesta por meio da extração de uma única sucessão de frases da cena, que acaba servindo como cartão de visitas da novela como um todo. O vídeo, por sua curta duração, adquire as feições de um *meme* (Dawkins, 2007),: uma ideia (ou parte dela) capaz de se reproduzir na cultura. No caso, a frase “Eu sou rica”, proferida pela personagem Norma no referido vídeo, multiplicou-se pela internet de maneira viral, em diferentes formas de atualização. Ainda assim, nenhuma alteração composicional no sentido de superpor ou incluir novas cenas foi observada.

É justamente isso o que ocorre no terceiro vídeo de nossa amostra, “Momento Vanessão”. Aqui, não se trata apenas de manipulação do fluxo temporal do vídeo, mas também de seu desenvolvimento narrativo. Um *remix* é promovido a partir da intercalação da cena original da novela a uma outra, retirada de um viral do *YouTube*, em que um transexual de Rondônia é entrevistado num programa de gênero policial, após ter sido levado à delegacia, acusado de roubo. Em termos de composição, esse é o vídeo que promove as maiores mudanças, nos orientando a estabelecer uma relação intertextual, ainda que artificial, ou involuntária, entre a telenovela e um segundo conteúdo audiovisual, em tese, dissociado do primeiro. É no manejo dos recursos de edição de vídeo e áudio que se cria uma relação que repercute, como veremos, numa ideia transgressora acerca dos mundos televisivos.

## 6.2 Metafunção ideacional

De que maneira os aspectos do mundo, da forma como são vivenciados pelos seres humanos, são representados semioticamente? Responder a essa questão, como já se viu anteriormente, leva-nos a pensar nos tipos de conteúdos ideacionais veiculados por uma determinada enunciação. Mais uma vez, faz-se necessário aludir aos dois níveis em que estamos operando para buscar visualizar aqueles aspectos. De um lado, as *lexias* do *YouTube* e, como parte delas, o *item* vídeo, saliente em relação aos demais.

As *lexias* nos projetam em direção à ideia de que o *YouTube* é um site colaborativo, construído coletivamente por usuários de todo o mundo, cujo ativismo se daria de maneira ilimitada, ou próximo disso. Tal senso de participação, porém, está semioticamente estabilizado em determinados tipos de dispositivos hipertextuais, ao mesmo tempo em que passa por uma regulação social, que intenta evitar fenômenos como o desrespeito a direitos autorais, ataques a minorias e conteúdo considerado impróprio. Assim, estamos diante de uma

espécie de liberdade limitada pelas regras da comunidade, cujo exercício ocorre em ações como a qualificação de um vídeo como bom ou ruim. Em termos da utilização da plataforma hipertextual, essa forma de representação se une a outras, como a sinalização de um vídeo como impróprio, em razão de conteúdos como sexo, nudez, apologia ao ódio, entre outros.

Como vimos, os vídeos oriundos do gênero telenovela se organizam composicionalmente de maneira a admitir diversos graus de intervenção do usuário, seja por meio da supressão de cenas, vinhetas e intervalos, seja pela inserção de outros trechos de vídeos. Em termos ideacionais, os vídeos também nos remetem a diferentes maneiras de conceitualizar um mundo específico: o das ficções televisivas. Há, nos três exemplares, graus distintos de referências às entidades semióticas concebidas e tornadas reais nas telenovelas. Isso pode ser observado desde a reprodução, quase que na íntegra, da telenovela *Passione*, em um dos vídeos, até a subversão da narrativa da novela *Viver a Vida*, que tenciona deslocar nosso olhar para um fenômeno viral da internet (“Vanessão”). Em “Eu sou RICA”, por sua vez, também ocorre um repropósito do trecho original da telenovela, porém, sem menção a outras enunciações. A reedição transforma a frase “eu sou rica” em um *meme*, no termo de Recuero (2006), ou seja, em uma ideia ou parte de ideia capaz de se reproduzir na cultura. A enunciação passa a repercutir em outros tipos de usos sociais, tais como a reprodução em outros vídeos no próprio *YouTube* e a criação de bordões que se espraiam por redes sociais, caracterizando-a como viral (Helm, 2000).

### 6.3 Metafunção interpessoal

De acordo com Kress (2010), a metafunção interpessoal é a responsável por estabelecer a relação entre as negociações de sentido socialmente situadas e sua tradução nas entidades semióticas. Em outras palavras, é a função interpessoal que nos endereça às relações entre os participantes num dado mundo. Na migração entre televisão e internet, os trechos de telenovelas nos autorizam a pensar numa ideia diferenciada de audiência, e de como essa mesma audiência desenvolve mecanismos de responsividade em relação aos conteúdos da televisão.

O vídeo, elemento mais saliente da página, surge como emblema de uma nova posição em relação ao ato de se assistir à tevê: essa experiência passa a não admitir apenas o referencial exclusivo do aparelho de televisão. Assim, outras territorialidades entram em jogo, que não aquela da sala ou do quarto das casas, ou dos lugares públicos em que um aparelho se faz presente. A internet, nova ambiência possível dessa telenovela usurpada da televisão,

digamos assim, decreta uma relação distinta entre produtores e fruidores de conteúdo, em que até mesmo essa divisão ganha contornos imprecisos. Levadas em conta, estão as limitações da plataforma, mas também suas potencialidades, como a intervenção de usuários no papel de comentaristas, examinadores e debatedores do produto televisivo, outrora sacralizado. Os comentários daqueles que assistiram ao vídeo, abaixo de cada vídeo postado, simbolizam essa potencialidade.

Tomando em consideração, ainda, que tais negociações de sentido ocorrem, na maior parte das vezes, à revelia das emissoras, percebe-se aqui uma relação, marcada pela tensão entre um pólo midiático produtor, porém, não mais senhor de seus próprios conteúdos, e uma audiência específica alçada a novos status, o que se estende desde “comentaristas de televisão” a “usuários-produtores”, em casos em que o gênero em questão, a telenovela, passa por reedições ou reelaborações de cunho audiovisual. A caixa de comentários é, dessa forma, uma manifestação material desses papéis sociais em deslocamento.

Abaixo da janela de vídeo, pode-se visualizar um sistema avaliativo baseado em dicotomias verbo-visuais de fácil assimilação (Gostei/Não Gostei; verde/vermelho), cujo uso é restrito aos usuários cadastrados na plataforma. Essa opção parece indicar como a arquitetura do site torna salientes mecanismos de participação primária, que Primo classifica como *interação reativa* (2003), por se caracterizarem numa base determinística de estímulo-resposta. A esses, seguiriam-se outros (comentários e vídeo-respostas) de maior complexidade, mais próximos de uma *interação mútua* (Primo, 2003), entendida como capacidade de afetar um outro envolvido na interação. Em uma ou outra categoria, essas maneiras de se fazer ouvir, dentro do site, apontam para a inescapável dimensão de validação social que acompanha o ato de postagem dos vídeos, que servem de medida da popularidade de certos vídeos, em detrimento de outros e determinam um certo status a seus *uploaders*.

Outras relações relevantes se estabelecem entre os próprios usuários do site por meio de sinalizações diversas – e já mencionadas – como os comentários, os botões de avaliação e na criação de conexões entre os diversos vídeos por meio de palavras-chave, por exemplo. O arco dessas relações admite desde avaliações de todo o tipo, expressas textualmente, sobre os vídeos (ainda que ocorram, não raro, certos desvios de tópico em direção ao comportamento de outros usuários ou a detalhes secundários ou contextuais nos vídeos), rankings de popularidade e, em casos extremos, remoção de comentários, de vídeos e até de contas de usuário em razão de violações de privacidade, ou direitos autorais. Em decorrência direta da ideia de comunidade, a existência dos usuários do *YouTube* pressupõe papéis equânimes e

uma autogerência do bom andamento da própria plataforma, a cargo daqueles mesmos usuários.

Ainda assim, o *YouTube* não se qualifica como uma rede social, na medida em que as projeções dos atores e das suas conexões, centrais para esse tipo de rede (RECUERO, 2009), aqui não intentam ocupar o lugar mais saliente, destinado aos vídeos. Observam Harley e Fitzpatrick (2009) que o *YouTube* obedece a uma arquitetura de cima para baixo (*top-down*). Em poucas palavras, trata-se de uma configuração mediante a qual os conteúdos veiculam-se a partir de um difusor/emissor hierarquicamente superior, para uma audiência, tal qual ocorre nos meios massivos tidos como tradicionais.

### **Considerações finais**

O presente artigo dedicou-se a distinguir traços da organização multimodal de três vídeos postados no site *YouTube*, todos eles originalmente oriundos de telenovelas originalmente exibidas na TV Globo. Intentamos observar, através da lente das macrofunções da linguagem, como os vídeos passam a integrar um ambiente hipertextual e, a partir disso, como subvertem traços da produção, da recepção e mesmo das ideologias do gênero telenovela. As principais transgressões podem ser sintetizadas da seguinte maneira nas trilhas da gramática visual, de acordo com as três metafunções a composicional/organizacional; a ideacional; e a interpessoal.

Associada à metafunção composicional, existe a possibilidade de manejo dos modos semióticos em processos de reedição dos trechos de telenovelas obtidos pelos usuários; adequação desses vídeos a uma interface colaborativa; *remixes* com outros vídeos, com recurso à intertextualidade; metonímia. Quanto à metafunção ideacional, os três vídeos indiciam diferentes maneiras de se conceitualizar o mundo ficcional televisivo, indo da reprodução ao remix; o site, nos quais os vídeos são reproduzidos, apresenta-se como um misto de repositório de vídeos e comunidade colaborativa. Por fim, voltados para a metafunção interpessoal, mecanismos de interação reativa e/ou mútua, presentes no site, tornam o processo de postagem dos vídeos uma experiência de validação social; relação entre produtores de televisão e “audiência” é reposicionada.

Em vista das considerações apresentadas ao longo do artigo, podemos apontar como significativos os deslocamentos sofridos pelo gênero telenovela, em sua migração da televisão para a internet. São deslocamentos que podem ser qualificados como formais, relacionais, ideológicos e sociais, na medida em que envolvem um trabalho semiótico capaz de



reposicionar o papel da “audiência”, em direção a seu ativismo, de evidenciar negociações e tensões nos processos de recepção, além de colocar a própria instituição social da telenovela sob escrutínio. Esse conjunto de fatores, trazidos à tona pelas possibilidades da transmidiação, autoriza-nos a postular um novo lugar para os gêneros televisivos, em que certamente se prestam a novos usos sociais e a novas experimentações semióticas, por assim dizer.

À guisa de conclusão, buscou-se traçar um paralelo entre os recursos multimodais aqui discutidos e os elementos da linguagem verbal que, igualmente, possuem potencial significativo para a construção de sentidos. Considerando a organização da linguagem em metafunções, que se apresentam de forma integrada tanto na linguagem verbal como em construtos multimodais, podemos afirmar, com Halliday e Mathiessen (2004), que a linguagem tem como propósitos básicos dar sentido à nossa experiência e também ordenar nossas relações sociais. Nesse sentido, a linguagem possui um componente ideacional, que permite construir a experiência humana, nomeando-a, um componente interpessoal, que edifica na linguagem as relações entre sujeitos, e um componente textual ou composicional, que se refere à coerência dos textos.

A partir dessa base conceitual, observamos que essas metafunções operam no sentido de estabilizar relativamente certas práticas discursivas, ao mesmo tempo em que servem de parâmetro para avaliar suas transformações ou reelaborações (COSTA, 2010). Elas ocorrem tanto no nível da linguagem verbal, com práticas de remix e edição de trechos com vistas à viralização, como também dos recursos multimodais como as intervenções em vídeo realizadas nos exemplares analisados. Pressupondo, com Bakhtin ([1979] 2006), que os gêneros estabelecem vínculo com os estilos que lhes correspondem, podemos concluir, com relação à experiência de validação social que há entre produtores de televisão e “audiência” é reposicionada, de tal modo que os ativismos efetuados pelos usuários são práticas de cunho estilístico, que repercutem no estatuto dos gêneros sobre as quais incidem, o que assegura o papel da linguagem para mediar experiências humanas em seu dinamismo.

Recebido em: março de 2014  
Aprovado em: maio de 2015  
rafaelrg@gmail.com

## Referências Bibliográficas

- BAKHTIN, M. Gêneros do discurso. In: *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2006[1979].
- CHIEW, A. K. K. Multisemiotic mediation in hypertext. In: O'HALLORAN, K. (Ed.) *Multimodal discourse analysis: Systemic-Functional Perspectives*. London; New York: Continuum, 2004.
- COSTA, R. R. Broadcast yourself: o avanço do vídeo digital e o empoderamento da audiência. In: VII Encontro Nacional de História da Mídia, 2009, Fortaleza. *Anais do VII Encontro Nacional de História da Mídia*. São Paulo: Rede Alcar, 2009.
- \_\_\_\_\_. *A TV na web: percursos da reelaboração de gêneros audiovisuais na era da transmídia*. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2010.
- DAWKINS, R. *O gene egoísta*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- DIONISIO, A. P. . Intertextualidade e multimodalidade na escrita didática. In: MOURA, V.; DAMIANOVIC, M. C.; LEAL, V. (org.). *O ensino de línguas: concepção & práticas universitárias*. 1 ed. Recife: Editora da UFPE, 2010, v. 1, p. 163-175.
- DONDIS, D. A. *A primer of visual literacy*. Cambridge: MIT Press: 1974.
- FELTRIN, R. Record cresce 117% em seis anos; Globo e SBT despencam. UOL Notícias - Ooops! São Paulo, 06 out. 2010. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2010/10/06/record-cresce-117-em-seis-anos-globo-e-sbt-despencam.jhtm>. Acesso em 08 set. 2013.
- FORD, A. *Navegações: comunicação, cultura e crise*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1999.
- GOMES, L. F. *Hipertextos multimodais: o percurso de apropriação de uma modalidade com fins pedagógicos*. Tese de Doutorado. Campinas: Doutorado em Linguística Aplicada da Universidade de Campinas, 2007.
- HALLIDAY, M. A. K. *An introduction to Functional Grammar*. 3. ed., Oxford, Londres: Arnold, 1994.
- HALLIDAY, M. A. K.; MATHIESEN, C. M. I. M. (revised by). *An introduction to Functional Grammar*. 3. ed., Londres: Hodder Education, 2004.
- HARLEY, D.; FITZPATRICK, G. YouTube and intergenerational communication: The case of Geriatric1927. *Universal access in the information society*, Heidelberg, n. 8, p. 5-20, 2009.
- HODGE, R.; KRESS, G. *Social semiotics*. Ithaca: Cornell University Press, 1988.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Editora Aleph, 2008.
- JOST, F. *Seis lições sobre televisão*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- KRESS, G. *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. Nova Iorque: Routledge, 2010.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. Londres: Hodder Arnold, 2001.

\_\_\_\_\_. *Reading images: the grammar of visual design*. Londres: Routledge, [1996] 2006.

LEMKE, J. L. *Travels in hypermodality*. London, Thousand Oaks, CA, New Delhi: SAGE Publications, Vol. 1, 2002, p. 299-325.

MAZETTI, H. M. Cultura Participativa, espetáculo interativo: do “empoderamento” ao engajamento corporativo dos usuários de mídia. In: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2009, Rio de Janeiro. *Anais do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*, 2009.

NIELSEN, J. Scrolling and Attention. In: *Jakob Nielsen's Alertbox*. Disponível em: <<http://www.useit.com/alertbox/scrolling-attention.html>>. Acesso em: 25 mar. 2010.

O'HALLORAN, K. (ed.) *Multimodal Discourse Analysis: Systemic-Functional Perspectives*. London; New York: Continuum, 2004.

O'REILLY, T. What is Web 2.0. In: O'REILLY, 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em 08 set. 2013.

PRIMO, A. *A interação mediada por computador: a comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional*. Tese (Doutorado em Informática na Educação) – Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

RECUERO, R. C. Memes e dinâmicas sociais em weblogs: informação, capital social e interação em redes sociais na Internet. *InTexto*, v. 15, p. 1, 2006.

\_\_\_\_\_. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

YOUTUBE. Histórico da empresa. Disponível em: <<http://www.youtube.com/yt/about/>>. Acesso em 08 set. 2013.