

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

A construção do *ethos* dos apresentadores: um estudo a partir de
telejornais do Rio Grande do Norte

FABIANO MORAIS

ORIENTADORA: Dra. Yvana Carla Fechine de Brito

FEVEREIRO 2010
RECIFE

FABIANO MORAIS

A construção do *ethos* dos apresentadores: um estudo a partir de
telejornais do Rio Grande do Norte

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Comunicação da
Universidade Federal de Pernambuco
como requisito parcial para obtenção do
Grau de Mestre em Comunicação.

ORIENTADORA: Dra. Yvana Carla
Fechine de Brito.

FEVEREIRO 2010
RECIFE

Morais, Fabiano

A construção do ethos dos apresentadores: um estudo a partir de telejornais do Rio Grande do Norte / Fabiano Moraes. – Recife: O Autor, 2010.

138 folhas. : il., fig., tab., gráf., quadros.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CAC. Comunicação, 2010.

Inclui bibliografia, apêndices e anexo.

1. Telejornalismo. 2. Apresentadores (Teatro, televisão, etc.). 3. Retórica. I. Título.

**070.431
070.4**

**CDU (2.ed.)
CDD (22.ed.)**

**UFPE
CAC2010-04**

FOLHA DE APROVAÇÃO

Autor do Trabalho: Fabiano José Morais da Silva

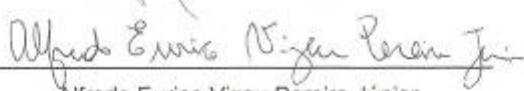
Título: "A construção do ethos dos apresentadores: Um estudo a partir de telejornais do Rio Grande do Norte".

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, sob a orientação da Professora Dra. Yvana Carla Fechine de Brito.

Banca Examinadora:



Yvana Carla Fechine de Brito



Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior



Aline Maria Grego Lins

Recife, 05 de fevereiro de 2010.

AGRADECIMENTOS

Os iluminados que chegam a um momento como este sabem o que é escrever estas poucas linhas, ou pelo menos sabem o que é sentir essa sensação. Num caminho árduo, sempre há de se imaginar que muitos são os obstáculos, mas foram, são e serão eles que estarão repetidas vezes nos dando força pra prosseguir e provar que somos capazes de superá-los. Em poder enfrentá-los meus agradecimentos são muitos, indiretamente, e poucos e fundamentais, diretamente. Entre esses, o de minha mãe, dona Jacira Araújo, incansável no apoio logístico e, sobretudo, emocional ao filho. Apoio que me possibilitou enfrentar as adversidades que, sei, quase todos passaram ao decidir fazer uma pós-graduação. A você, minha prezada, querida e estimada mãe, meus sinceros agradecimentos.

Agradeço também ao professor Alfredo Vizeu, este professor de qualidade reconhecida por todos que o conhecem pessoalmente ou têm acesso aos seus inúmeros trabalhos, e que, ao longo dessa caminhada, tornou-se um grande amigo, capaz de compartilhar sugestões de bibliografias, dar conselhos em torno das dificuldades da caminhada e estimular para seguir com novos projetos acadêmicos.

Apesar das obrigações acadêmicas, comuns no discurso universitário e que estão contextualizadas sobre o orientador em relação ao orientado, vale aqui a ressalva: a professora Yvana Fachine foi além das suas obrigações, tornando-se, acima de tudo, amiga e companheira no caminhar do percurso. Fundamental na formação de minha auto-estima em relação ao trabalho, crítica perspicaz, incentivadora e acima de tudo excelente no que faz e ensina, a professora Yvana possibilitou que eu caminhasse no crescimento profissional através da academia, caminho que, por sinal, ainda terá muitos capítulos. A você, professora, meus verdadeiros agradecimentos.

Por último, finalizo agradecendo a força maior que rege os que nele têm sua inspiração de vida. Foi ele que me conduziu até aqui, dando-me força para que eu não desistisse e, pelo contrário, fizesse com que a cada dia, mais ânimo tivesse para prosseguir. Que essa luz sempre radiante do universo possa espalhar seu brilho cada vez mais sobre mim e que a partir dessa energia inigualável eu possa conseguir outros objetivos. Obrigado, Deus.

RESUMO

Ao delegar voz aos repórteres, correspondentes e especialistas, o apresentador assume um importante papel de mediação, constituindo-se no principal ator da enunciação do telejornal. O apresentador é um narrador ao qual se tributa a condução do programa, emprestando ao telejornal, sua identidade, seu estilo, sua “cara”. É também o fiador do que é noticiado, sendo diretamente responsável pela relação de confiança que o espectador constrói em relação ao telejornal. Para cumprimento de tais papéis, é determinante o modo como o apresentador constrói sua imagem perante a audiência. Assumindo que a construção dessa imagem se dá, sobretudo, a partir da performance dos apresentadores nas suas aparições diárias na televisão, o trabalho propõe um estudo do *ethos* dos apresentadores dos telejornais diários do Rio Grande do Norte – RNTV, Jornal do Dia e Tropical Notícias –, articulando esse conceito, oriundo da retórica aristotélica, com os estudos de jornalismo. Realizada a partir de 15 edições dos três telejornais do Rio Grande do Norte, a análise permitiu, ao final, identificar os tipos de *ethos* construídos por seus respectivos apresentadores, apontando como estes contribuem para a configuração dos modelos enunciativos adotados por esses distintos programas.

Palavras-Chave: Telejornal, Apresentador, Ethos, Enunciação.

ABSTRACT

By delegating voice to reporters, correspondents and experts, the TV anchor plays an important mediating role, becoming the main actor of news' enunciation. The anchor is a narrator which leads the program by lending its identity, style and 'face'. The anchor also guarantees what is reported, being directly responsible for the confidence relationship between the audience and television news. To fulfill these roles it is decisive how the anchor builds its image before the public. Assuming that the construction of the image occurs mainly from the performance of the anchors in their daily appearances on television, this work proposes a study of the *ethos* of the anchor of daily newscasts from Rio Grande do Norte - RNTV, Jornal do Dia and Tropical Notícias - articulating this concept, that came up from Aristotle's Rhetoric, with journalism studies. Held from 15 editions of the three TV News from Rio Grande do Norte, the analysis allowed us to identify the types of ethos built by their anchors, showing how they contribute to the enunciative models used by these different programs.

Keywords: TV News, Anchor, Ethos, Enunciation.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 - Heron Domingues durante apresentação do programa “Repórter Esso”, na Rádio Nacional
- Figura 2 - Heron Domingues na apresentação do telejornal da TV Tupi
- Figura 3 - Gontijo Teodoro, um dos apresentadores do “Repórter Esso” na TV
- Figura 4 - Cid Moreira Sérgio Chapelin, dois dos primeiros apresentadores do Jornal Nacional
- Figura 5 - Cid Moreira e Sérgio Chapelin, em ‘nova fase’ do Jornal Nacional
- Figura 6 - Boris Casoy, durante apresentação do TJ Brasil, no SBT
- Figura 7 - Willian Bonner e Lilian Wite Fibe, primeiros jornalistas na apresentação de telejornais
- Figura 8 - Willian Bonner e Fátima Bernardes, atuais apresentadores do Jornal Nacional
- Figura 9 – Esquema apresentadores – quadrado semiótico
- Figura 10 - Celso Freitas durante apresentação do Jornal da Record. Estilo de apresentador impessoal
- Figura 11 - Luis Datena durante apresentação do Jornal Brasil Urgente, da Band. Estilo de apresentador cúmplice
- Figura 12 - Ricardo Boechat, apresentador do Jornal da Band. Estilo de apresentador crítico
- Figura 13 - Evaristo Filho e Sandra Annenberg. Apresentadores (Jornal Hoje - TV Globo). Estilos de apresentadores comprometidos
- Figura 14 - Carlos Nascimento durante apresentação Jornal do SBT – Edição Noite. Estilo de apresentador crítico, com papel enunciativo variável
- Figura 15 – Modelos de apresentador
- Figura 16 - Apresentadores descontraídos antes da abertura do telejornal
- Figura 17 - Ilustração x apresentadores Geórgia Nery e Luis Henrique, durante a apresentação do Jornal do Dia
- Figura 18 - Descontração ao final da entrevista
- Figura 19 - Apresentação individual e com visual diferente
- Figura 20 - Apresentadora utilizando gestos durante informação de uma reportagem
- Figura 21 – Abrangência da TV Tropical
- Figura 22 - Apresentadores Murilo Meireles e Heloísa Guimarães
- Figura 23 - Apresentadores durante entrevista. Impessoalidade
- Figura 24 - Apresentadores Murilo Meireles e Mariana Cremonini
- Figura 25 - Apresentadora durante exibição de reportagem
- Figura 26 - Apresentador durante ‘passagem’ em uma reportagem
- Figura 27 - Apresentador durante entrevista em traje menos formal
- Figura 28 - Apresentador Geider Henrique Xavier

Figura 29 - Apresentador durante abertura do RN TV

Figura 30 - Apresentador durante entrevista. Fala ‘impessoal’

Figura 31 - Apresentador durante entrevista externa e informal

Figura 32 – Performances dos apresentadores

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Qualificações da performance de quem fala

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 O TELEJORNALISMO E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA REALIDADE.....	17
3 O APRESENTADOR NOS ESTUDOS DO JORNALISMO.....	26
3.1 Atuação e imagem do apresentador.....	33
3.2 Apresentador x Âncora.....	41
4 O PAPEL ENUNCIATIVO DO APRESENTADOR.....	47
4.1 Papéis enunciativos.....	51
4.2 Modelos de telejornais	59
5 ETHOS E OS APRESENTADORES DE TELEJORNAIS.....	66
6 A IMAGEM DOS APRESENTADORES DOS TELEJORNAIS DO RIO GRANDE DO NORTE: análise de dados.....	88
6.1 Jornal do Dia: TV Ponta Negra.....	89
6.2 Jornal da Tropical: TV Tropical.....	99
6.3 Jornal RN TV: Inter TV Cabugi.....	112
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	124
REFERÊNCIAS.....	128
APÊNDICE.....	131
ANEXO.....	138

1 INTRODUÇÃO

Independentemente do formato, a principal função do apresentador de televisão é ser o condutor ou articulador, uma espécie de ‘mestre de cerimônias’, de um programa TV. No desempenho dessa função, há um processo de determinação recíproca: tanto o perfil assumido pelo apresentador é determinado pelo programa (gênero, inserção na grade programação, público alvo) quanto o estilo do programa é também o resultado de suas características pessoais. Apesar de tamanha importância desse profissional na discursivização de alguns dos principais gêneros televisivos, não se encontra ainda, na bibliografia brasileira corrente sobre televisão, estudos mais aprofundados sobre suas atribuições, caracterizações e atuações nos diferentes formatos televisuais. Consideramos que, entre os formatos televisuais mais conhecidos, o telejornal desponta como aquele em que o papel do apresentador merece mais atenção, pois dele depende, em grande medida, o contrato fiduciário proposto pelo programa à audiência.

Ao delegar voz aos repórteres, correspondentes e especialistas, o apresentador assume um importante papel de mediação, constituindo-se no principal ator da enunciação do telejornal. O apresentador é um narrador ao qual se tributa a condução do programa, emprestando ao telejornal, sua identidade, seu estilo, sua ‘cara’. É também o fiador do que é noticiado, sendo diretamente responsável pela relação de confiança que o espectador constroi em relação ao telejornal. Para cumprimento de tais papéis, é determinante o modo como o apresentador constrói sua imagem perante a audiência. Assumindo que a construção dessa imagem se dá, sobretudo, a partir da *performance* (atuação) dos apresentadores nas suas aparições diárias na televisão, o trabalho propõe um estudo do *ethos* dos apresentadores dos telejornais diários do Rio Grande do Norte – RNTV, Jornal do Dia e Jornal da Tropical –, articulando esse conceito, oriundo da retórica aristotélica, com o aporte teórico-metodológico da semiótica e dos estudos de jornalismo. A escolha pelos telejornais do horário que

compreende a faixa do meio-dia se justifica pelo fato de no horário matinal apenas uma emissora (Inter TV Cabugi) exibir o seu telejornal (Bom Dia RN). Já no horário da noite entendemos que os telejornais apresentam um perfil muito semelhante, onde a postura dos apresentadores e a pouca variação da *performance* impediria uma análise com mais variações. Já no caso dos telejornais estudados, observamos que essa variação é mais constante e as *performances* variam de apresentadores, mesmo que ainda em pouca escala em relação a telejornais nacionais que apresentam formatos diferenciados de apresentação.

Na concepção semiótica, o conceito de *ethos* remete à imagem do enunciador construída por um conjunto de enunciados nos quais se podem observar traços recorrentes configuradores de uma representação que o sujeito constroi de si ao enunciar. De acordo com Fachine (2008), a noção de *ethos* está ligada a todas as estratégias por meio das quais um enunciador inscreve essa “encenação de si” ou “apresentação de si” no próprio enunciado, construindo, por meio deste, um simulacro da interação que pretende estabelecer com esse destinatário pressuposto da enunciação. O conceito de *ethos* possui, portanto, grande operatividade para explicarmos as novas estratégias de comunicação adotadas pelos telejornais, uma vez que, também nesse tipo de discurso, o conceito de *ethos* pode ser, também, associado à descrição de uma *technè* que permitiria ao orador (nesse caso, figurativizado pelo apresentador) ganhar a confiança de sua audiência.

Pensada no contexto de midiaticização, essa *technè* envolveria, ainda hoje, a capacidade do destinador da comunicação de “impressionar” seus destinatários e de, muito mais que convencer o público por meio de argumentos, conseguir a sua *adesão* por meio de um certo comportamento e de uma certa aparência (Maingueneau, 2008, p.17). Na construção do *éthos* – admitem semioticistas e analistas do discurso –, estão envolvidos procedimentos articulados tanto nos sistemas verbais (escolhas lexicais, organização textual etc.) quanto não-verbais (“look”, gestualidade, vestuário, entonação etc.). Para compreender a produção de sentido nas mídias, é preciso, então, observá-los e descrevê-los, em especial, nos gêneros conversacionais. (Fachine, 2008, p. 11)

Adotando a concepção de *ethos* da retórica aristotélica, este estudo assume como pressuposto, por um lado, que o modo como o apresentador constroi sua imagem perante o espectador responde diretamente pela credibilidade do telejornal e, por outro, que esse *ethos* confiável é, sobretudo, uma construção do próprio discurso:

É o *ethos* (caráter) que leva a persuasão, quando o discurso é organizado de tal maneira que o orador inspira confiança. Confiamos sem dificuldade e mais prontamente nos homens de bem, em todas as questões, mas confiamos neles, de maneira absoluta, nas questões, confusas ou que se prestam a equívocos. No entanto, é preciso que essa confiança seja resultado da força do discurso e não de uma prevenção favorável a respeito do orador (Aristóteles I, 1356a).

A partir desses pressupostos, o trabalho foi organizado de modo a articular a discussão teórica em torno do telejornalismo, das suas estratégias enunciativas e da apropriação do conceito de *ethos* na Comunicação com um conjunto de análises das atuações dos apresentadores do RNTV, Jornal do Dia e Tropical Notícias a partir de cinco edições de cada telejornal, gravadas durante o mês de março, período em que os programas vivem um momento de ‘normalidade’, já que a organização não sofre a interferência das coberturas sazonais, como Carnaval, final de ano e festejos juninos. Os três telejornais da faixa de meio-dia são das três maiores afiliadas de TV nacionais no estado do Rio Grande do Norte: o RN TV é exibido pela Inter TV Cabugi, afiliada da Globo; o JORNAL DO DIA, 1ª edição é levado ao ar pela TV Ponta Negra, afiliada do SBT, e o JORNAL DA TROPICAL está inserido na grade da TV Tropical, vinculada à Record. Também foram feitas entrevistas com os apresentadores de cada telejornal, como forma de obtenção de dados mais concretos, no que diz respeito à orientação editorial de cada um deles, visto que esse aspecto também interfere no modo como se dá a sua atuação. Da análise de tais dados à luz do referencial teórico, surge, ao final, a proposição dos modelos de telejornal das emissoras de TV do Rio Grande do Norte e dos respectivos tipos de *ethos* construídos pelos seus apresentadores.

O percurso começa com a discussão sobre a relação do telejornalismo com a construção social da realidade. No primeiro capítulo, mostramos como o jornalismo cumpre nos dias de hoje um papel de muita importância na vida das pessoas, destacando como, por serem detentores de audiências que envolvem milhões de telespectadores a cada minuto, acabam instituindo o que seria a ‘realidade’ e, dentro desta, hierarquizando os fatos mais relevantes. É também notória a função pedagógica do telejornal, na medida em que contribuem para que a sociedade entenda os fenômenos do dia-a-dia de forma mais simplificada (Vizeu, 2008). É, de fato, o telejornal o meio mais acessível e cômodo a grande parcela da população, sendo dotados, por isso mesmo, de grande importância nas grades de programação das emissoras e na construção da sua própria marca.

No segundo capítulo, realizamos uma revisão bibliográfica com o objetivo de mostrar como o apresentador de telejornal vem sendo tratado na bibliografia corrente do telejornalismo. Observamos, nesse levantamento, o quanto essas abordagens assumiram predominantemente um caráter de prescrição de condutas (o que fazer ou não fazer) e constatamos que os estudos de linguagem podem dar uma importante contribuição para a compreensão dos efeitos produzidos por essa atuação. Enfocamos também, neste capítulo, as transformações que levaram o apresentador de TV da posição de simples ‘locutor de notícias’, com condutas ‘importadas’ do rádio, (veículo de maior abrangência na década de 50 quando surgiu a TV) ao ‘âncora’, que assume posições sobre o que noticia. Recuperamos, aqui, um pouco da história dos primeiros telejornais brasileiros - *Imagens do Dia*, *Telenotícias Panair* e o mais famoso de todos, *O Repórter Esso*.

Todos esses programas pioneiros servem ainda de importante parâmetro para analisar a atuação dos apresentadores. Naquela época, as competências jornalísticas não eram definidoras à escolha do apresentador. Uma ‘bela voz’ era critério decisivo. O capítulo também aborda os diversos momentos dessa fase do telejornalismo nacional, mostrando, por

exemplo, a inovação implantada pelo *Jornal de Vanguarda*, criado por Fernando Barbosa Lima Sobrinho, um programa que se tornou revolucionário para o momento em que foi concebido. Também destacamos as discussões em torno do surgimento do âncora no Brasil, nos anos 80, a partir da atuação do jornalista Boris Casoy (cf. Squirra, 1993). Há ainda hoje discussões acerca das distinções entre os papéis de âncora e apresentador a partir das funções desempenhadas pelos apresentadores no telejornal. Mostramos ainda como a mudança nas rotinas de produção do telejornal nos anos 90 influenciou a forma de construção da imagem dos apresentadores.

Amparado nas teorias da linguagem, o capítulo três propõe compreender o apresentador do telejornal a partir do seu papel enunciativo. Para isso, considera que a enunciação é uma instância pressuposta à produção de todo enunciado, envolvendo, portanto, a existência de sujeitos da enunciações: “eu”, fonte da enunciação (enunciador), e um “tu”, destino da enunciação (enunciatário). No caso do telejornal, o “eu”, fonte da enunciação, corresponde empiricamente ao *broadcaster* (o que inclui toda a equipe envolvida na produção do telejornal). O sujeito enunciador é, no entanto, figurativizado no enunciado pelo apresentador que assume, então, a posição de narrador, ou seja, não mais de um “eu pressuposto” a todo ato enunciativo, mas de um “eu” explícito no enunciado. A partir desse jogo de papéis, o telejornal tem adotado, de modo geral, duas grandes estratégias enunciativas: há um “eu” (narrador) que se assume como “eu”, assumindo o discurso como seu, e há um “eu” que se comporta como um “não-eu” porque não “fala”, de modo explícito, em seu próprio nome e raramente fala em nome da própria equipe de produção do telejornal.

Há aqui, portanto, uma clara distinção entre este comunicador em particular (um “eu” individual) e seu papel público, o de representante ou “porta-voz” de um *broadcaster* (o que o define, do ponto de vista discursivo, como um “não-eu”). Esse tipo de configuração enunciativa pode ser alinhada com o que Arlindo Machado denomina de “modelo de telejornal polifônico”. Neste modelo, o apresentador é, segundo Machado, “mais exatamente um condutor em geral impessoal” (2000, p.106), com a mesma importância dos demais integrantes da equipe, conferindo ao telejornal um caráter mais

“descentralizado” em prol da construção de um maior efeito de “objetividade jornalística”. Nesse modelo de telejornal polifônico, a principal característica, em termos enunciativos, é a diluição da “voz” do apresentador em meio ao conjunto de “vozes” que o compõe. Poderíamos falar, em outros termos, na construção de um apresentador “sem voz” própria (um “eu” que não diz “eu”). Por isso mesmo, seu papel é tão somente o de um “porta-voz”. Em um outro modelo de telejornal que Arlindo Machado denomina de “centralizado ou opinativo”, o que se observa é, ao contrário, a produção de um efeito de autonomia do apresentador frente à equipe do telejornal e à própria emissora. Investe-se, agora, deliberadamente na construção de um efeito de sentido de “dono da voz” (um apresentador dotado de “voz própria”), que assume o conteúdo enunciado como sendo seu (um “eu” que diz “eu”). (FECHINE, 2008, p.06)

Orientado, como vimos, pela concepção de que há uma dinâmica de determinação recíproca entre a imagem do apresentador e a imagem do telejornal, o trabalho dá desdobramento às postulações de Fechine (2008), estabelecendo uma relação entre papéis enunciativos assumidos pelo apresentador e modelos de telejornal propostos por Machado (2000). Se, como já vimos, o apresentador é um narrador - ou seja, um “eu” explícito ou uma projeção do enunciadador (fonte da enunciação) no enunciado - estudar como o apresentador se constroi como narrador é uma etapa fundamental para compreendermos melhor como o telejornal consolida sua imagem em coerência com o modelo enunciativo adotado. Com isso, o trabalho chega ao ponto em que a discussão do *ethos* dos apresentadores torna-se fundamental e é em torno da problematização desse conceito que se desenvolve o quarto capítulo.

Neste capítulo, recuperamos o conceito de *ethos* a partir da tradição da retórica aristotélica, mas sem deixar de lado o modo como foi tratado por outros filósofos da Antiguidade. Discutimos, aqui, o modo como foi pensada a construção do *ethos* na tradição filosófica grego-romana, a partir de duas correntes distintas de pensamento. Uma delas considerava que o *ethos* era, sobretudo, o resultado de fatores exteriores ao discurso do orador. Nessa perspectiva, a imagem pública do orador é o resultado, sobretudo, dos seus atributos morais (coragem, integridade etc.), ou seja, dependia da reputação ou da fama do orador. Uma outra corrente de pensamento considerava, ao contrário, que o *ethos* não

dependia tanto dos atributos sociais do orador, mas sim do modo como construía suas qualificações no próprio discurso. É a partir dessa segunda perspectiva que a semiótica se apropria do conceito, associando-o à imagem do enunciador construída no próprio ato de enunciação, e é essa concepção que nos autoriza, neste trabalho, a buscar na performance ou atuação dos apresentadores os elementos configuradores do *ethos*. O terceiro capítulo busca identificar esses elementos para, a partir deles, configurar quatro tipos de *ethos* que servirão como formas prototípicas (apresentador impessoal, apresentador crítico, apresentador comprometido, apresentador cúmplice), a partir das quais se observará a performance dos apresentadores do Rio Grande do Norte no capítulo seguinte.

O quinto capítulo é dedicado à análise da performance dos apresentadores dos três telejornais que são objeto de estudo deste trabalho. Nele, observamos detidamente o modo como cada um dos apresentadores constroi a sua imagem pública a partir da identificação de elementos configuradores de três instâncias constitutivas do *ethos*, descritas no capítulo anterior: o caráter, o tom, o corpo. A análise inclui a observação de elementos linguísticos – quais e como são proferidos os conteúdos verbais – e não-linguísticos – aparência, expressões visuais, gestualidade, entonação vocal etc. Na observação foram identificados elementos recorrentes nas suas atuações, permitindo um alinhamento de suas performances com os tipos de *ethos* descritos no capítulo anterior a partir de predominâncias de uma configuração sobre a outra. No conjunto das exposições, foi possível constatar a coerência do tipo de *ethos* construído pelos apresentadores com o modelo geral do telejornal, a partir de homologações dos achados das análises com as descrições propostas nos capítulos anteriores de fundamentação teórica.

Com esse estudo, pretendemos contribuir, de um lado, para uma melhor compreensão do telejornalismo feito no Rio Grande do Norte, e, de outro, para a qualificação do ensino de jornalismo. No que diz respeito aos telejornais do Rio Grande do Norte, o estudo apontou que

estes não se distinguem, fundamentalmente, em relação a suas configurações, o que pode subsidiar, no âmbito das emissoras, um importante debate em torno de suas estratégias. Em relação ao ensino de telejornalismo, o trabalho dá uma colaboração ao evidenciar o modo como os efeitos de sentido produzidos pelos programas noticiosos dependem de estratégias de linguagem que precisam ser conhecidas pelos profissionais de telejornalismo para que estes possam atuar de modo menos intuitivo. No âmbito das pesquisas em Comunicação, não se tem registro de nenhum trabalho cujo enfoque seja o da produção de telejornalismo do Rio Grande do Norte com recorte específico na construção da imagem dos apresentadores. Espera-se, assim, que o trabalho contribua para o fazer jornalístico no Rio Grande Norte, mas também para a produção em telejornalismo de modo geral.

2 O TELEJORNALISMO E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA REALIDADE

O jornalismo cumpre, atualmente, um papel essencial na vida em sociedade. Os telejornais sistematizam, organizam, classificam e hierarquizam a ‘realidade’, termo que analisaremos adiante. As notícias veiculadas na TV acabam contribuindo para que a sociedade entenda o cotidiano que, a cada dia, torna-se mais complexo.

Uma pesquisa da Folha de São Paulo revelou que 49% da população brasileira buscam informação por meio da televisão, segundo Guzzoni (2001). Para a autora, “a busca pelo jornalismo que se identifique mais com as comunidades vem em uma época em que a sociedade parece ter perdido suas referências com o mundo, onde já não percebe mais uma identidade com o meio em que vive” (GUZZONI, 2001, p. 03). Na era da globalização, ainda segundo ela, o indivíduo tem a necessidade de encontrar um referencial que o identifique com o meio em que vive.

Vizeu (2005, p. 90) entende o telejornal “como o meio mais simples, cômodo, econômico e acessível para conhecer e compreender tudo que acontece na realidade e como se transforma a sociedade”. Brasil (2005, p. 50) também reafirma essa importância:

É fato: a TV tem grande capacidade mobilizadora e manipuladora. Com isso, ganham importância os programas jornalísticos na programação das emissoras, não só pelos índices de audiência mas pela sua capacidade de informar. Apesar da trajetória histórica repleta de controvérsias e de crises tanto de conteúdo quanto de audiência, estudos recentes demonstram o grande interesse do público pelos telejornais.

Rezende (2000), ao afirmar que a TV desfruta de um prestígio tão elevado que chega a ser a única via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população, mostra, para alguns, de forma radical, o quanto o telejornalismo, em específico, é importante na vida dos brasileiros. Já Coutinho (2008, p. 03) diz que:

A função social do telejornalismo, no caso do Brasil, ganharia maior relevância pelo fato de atingir um público semi-alfabetizado e que tem acesso às notícias quase como um rito de passagem televisivo, senha ou passaporte para o consumo das telenovelas.

Hagen (2008, p. 05) também ressalta a importância da notícia na TV ao afirmar que “as pessoas, agora, elegem os telejornais como prioritários para saber o que se passa a sua volta”. Na mesma direção, Coutinho (2008, p. 03) observa:

O telespectador entra em contato, por meio dos telejornais, com os fatos mais importantes, segundo os critérios de avaliação jornalísticos. É fundamentalmente ao assistir aos noticiários televisivos que significativa parcela da população entra em contato com o mundo e “abastece” seu repertório com informações e notícias capazes de possibilitar sua inserção nas conversas cotidianas e mesmo sua orientação no tempo ‘presente’.

Para autores como Vilches (1996), as notícias que os jornalistas dão não são o reflexo do que acontece, mas sim um processamento e a manufatura de um acontecimento. Ainda segundo ele, a notícia é um produto que contém a sociedade e a organização de trabalho que a produz. Entre as forças mais importantes que dariam forma a essas notícias estão o meio jornalístico, a audiência e a organização das notícias. Ele complementa a ideia afirmando, também, que o discurso da informação constroi o objeto social que normalmente chamamos atualidade. Vilches (1996) afirma, também, que a televisão afeta diretamente a concepção da audiência sobre a realidade social e diz que as generalizações que o público faz a partir dos programas televisivos servem como orientação para construir uma realidade social.

Para Brasil (2005), o meio telejornalístico seleciona aquelas porções da realidade que melhor correspondem às exigências do meio, criando dessa forma um espaço sob a ótica de uma “realidade alternativa”. A televisão como meio técnico e fenômeno sociocultural, é uma difusora imagética de informações e se constitui num elemento central da vida cotidiana e pretende ser um espelho do real, gerando um senso de “telerrealidade” ou “hiper-realidade” (Montaño, 2004, *apud*, Natalino, 2007). Conforme Natalino (2007, p. 56)

esse senso de telerrealidade compartilhado por todos os espectadores é, em grande medida, produtor de um consenso sobre a realidade. Isso implica dizer que o telejornalismo é filtro seletivo da realidade e das representações sociais; a telerrealidade é, em parte, construtora da realidade social.

O discurso jornalístico é, em outros termos, um dos principais responsáveis pela construção da realidade, tal como esta é tratada por Berger e Luckmann (1995), onde a própria noção de realidade está ligada à experimentação da vida cotidiana mediatizada pela linguagem:

As objetivações comuns da vida cotidiana são mantidas primordialmente pela significação lingüística. A vida cotidiana é sobretudo a vida com a linguagem, e por meio dela, de que participo com meus semelhantes. A compreensão da linguagem é por isso essencial para minha compreensão da realidade da vida cotidiana (BERGER; LUCKMANN, 1995, p. 56)

Para Schutz (2003), cada pessoa segue toda sua vida interpretando o que encontra no mundo de acordo com a perspectiva dos seus interesses particulares, motivos, desejos etc. O sentido comum de realidade que é dado a cada um, segundo ele, depende da totalidade da experiência que cada pessoa acaba construindo na sua existência concreta. Ao destacar a atitude natural, que está baseada na ausência da dúvida, é admitido que a suspensão da dúvida possa ser considerada como uma pista para o conceito de tipificação, das idealizações pressupostas que estruturam a vida diária. E nessa concepção o conceito de verdade eminente dos fatos está baseado na verdade aparente da atitude natural. Pois, se em tudo fôssemos questionar, a princípio, não conseguiríamos fazer as coisas mais simples do cotidiano. Logo, ao receber as notícias televisivas, as temos como verdade, reais e que fazem parte de uma realidade próxima a cada um de nós. Berger e Luckmann (1995) destacam a atitude natural como sendo uma atitude da consciência do senso comum, que se refere a um mundo comum a muitos homens.

Moscovici (2003, p. 49) diz que o senso comum é a ciência tornada comum. No campo do jornalismo isso requer aprofundamento na análise, aqui, em especial, a percepção que tem a audiência do que ela entende como verdade e real nas notícias e o significado que

ela dá as mesmas. O autor trabalha a idéia de que as representações constituem, para nós, um tipo de realidade: “a realidade é, para a pessoa, em grande parte, determinada por aquilo que é socialmente aceito como realidade”. Ele destaca, ainda, dois aspectos que fazem com que tornemos algo não-familiar em familiar: a ancoragem e a objetivação.

Na ancoragem, há um processo que transforma algo estranho e perturbador, que nos intriga, em nosso sistema particular de categorias, e o compara a de uma categoria que nós pensamos ser apropriada. Nos casos das notícias, assuntos como pacotes econômicos ou recessão, são ‘traduzidos’ para uma realidade mais concreta de cada pessoa, inclusive com exemplificações do dia-a-dia; já a objetividade une a idéia de não familiaridade com a realidade, tornando-se verdadeira a essência da realidade.

No jornalismo, o discurso da suposta ‘objetividade’ reforça essa idéia representativa. Moscovici (2007, p.74) complementa dizendo que toda representação torna real um nível diferente da realidade e que objetivar é reproduzir um conceito de uma imagem, que, por sua vez, não existiria sem a realidade. “Se as imagens devem ter uma realidade, nós encontramos uma para elas, seja qual for”.

Dentro desse contexto argumentativo podemos associar também as idéias de Natalino (2007, p. 58) sobre o poder simbólico central do telejornalismo, como sendo

o poder de associar imagens e discursos, sua capacidade de selecionar ações humanas, grupos sociais e instituições e conjugá-los a partir do uso de rotulações e categorias que, por definição, jamais são neutras. É condição inescapável ao próprio exercício do telejornalismo ser difusor de rótulos e categorias que serão internalizados por seus espectadores.

Segundo Vizeu (2006, p. 4) a informação jornalística funciona como uma ferramenta que permite a inserção na socialização cotidiana, e nesse sentido o autor entende que o telejornalismo “é uma forma de conhecimento que tem como preocupação a redução da complexidade nas sociedades contemporâneas”. O termo redução de complexidade é o que o autor define como a informação, esclarecimento e explicação sobre o mundo que nos cerca onde o telejornalismo, ao interpretar a realidade social, permite a homens e mulheres essa

melhor compreensão. Vizeu e Correia (2008) relatam que o jornalismo, como forma de conhecimento, tem quatro funções: *exotérica*, *pedagógica*, de *familiarização* e de *segurança*.

A exotérica está ligada a um compromisso com o público, de tornar compreensíveis discursos que só pertenciam a um saber técnico; a função pedagógica está ligada à ordem que tem o discurso, onde seja possível orientar e responder ao telespectador; e nesse espaço, o jornalismo, como um todo, se auto-referencia Vizeu (2005, p. 6) “como um lugar de mediação, de desegregização, de revelação da verdade e orientação de homens e mulheres na contemporaneidade”; Já as funções de familiarização e de segurança estão associadas ao conceito de lugar de referência trabalhado pelos autores, onde se entende que pode dar uma dimensão mais ampla ao jornalismo, funcionando como um lugar de orientação às pessoas nas sociedades complexas.

Complementando essa idéia, os autores afirmam que “a forma como os telejornais organizam o mundo, procurando dar uma ordem ao caos circundante, o tornaria um lugar de segurança *ontológica* para as pessoas” (VIZEU; CORREIA, 2008, p. 20). Assim sendo, a audiência tem, ao mesmo, a referência e uma segurança, ou mesmo, a segurança na referência, que é o telejornal, como se pode verificar na afirmação de Vizeu e Correia (2008, p. 21):

As pessoas ao sentarem nos sofás de suas casas ao final de um dia de trabalho procuram, além de informar-se sobre o entorno, ter a segurança de que o mundo lá fora, apesar dos conflitos, das tensões, da falta de emprego e da insegurança é um mundo no qual é possível se viver. O noticiário televisivo desempenharia o papel de um desses lugares de segurança.

É importante destacar, no entanto, que como afirma Coutinho (2008, p. 5), “mais que notícias e relatos do mundo, a televisão comunicaria aos telespectadores, continuamente, a sua presença, pela simulação do contato direto”. Ainda segundo a autora, no jornalismo, essa “ilusão” ganha força na medida em que os apresentadores, por exemplo, se dirigem ao telespectador em um simulacro do olho no olho, garantindo, assim, uma proximidade.

Sendo o telejornal uma montagem de vozes, um espaço onde são propostos múltiplos espaços de participação à audiência e que essa mesma audiência escolhe seu próprio caminho, e entre eles os personagens preferidos, onde possa se estabelecer uma relação de familiaridade, uma intimidade ao qual já se propõe o telejornal, defendemos a ideia que a figura do apresentador passa a ser esse principal elo entre a mensagem e o receptor. Segundo Hagen (2008, p. 7), os apresentadores “ocupam o espaço do real, sendo amparados e legitimados pelo discurso da verdade presente no jornalismo”.

Tendo o jornalismo televisivo uma narrativa pessoal, a informação é levada, também, com marcas de expressão facial e tonal, termos a serem destacados mais adiante. Isso implica dizer que o conhecimento do telejornalismo tem sons e rostos (re)conhecidos por aqueles que a ele se expõem. Diante disso, o telejornalismo de referência tem, no apresentador, uma significativa referência para a audiência, o que faz com que sua responsabilidade seja muito evidente e fundamental para a construção da credibilidade perante o público. O apresentador, nessa postulação, funciona como um grande mediador nessa cadeia que tem o telejornal como sendo um instrumento de informação de grande importância à sociedade, que ajuda na formação da ideia de construção da realidade e que permite o acesso ao conhecimento de mundo através do que ele noticia diariamente ao público. É ele quem conduz o espectador e que ajuda de forma decisiva a afiançar o estatuto de verdade. Sendo assim, os apresentadores exercem um papel fundamental na construção de sentidos dos telejornais.

Segundo Requena (1995) *apud* Martins (2006, p. 131):

Via apresentador se constrói a imagem de uma figura enunciativa que, a partir de uma neutralidade própria, oferece o acesso ao mundo. Uma neutralidade aparente, diga-se de passagem, mas com uma investidura de conhecimento, de charme e de autoridade, que busca exclusivamente a participação do telespectador. É esse corpo que se faz representar e que também representa, não apenas como interpretação pura, mas até mesmo como simulacro.

Quando tratamos especificamente dos produtos jornalísticos, como telejornal, inseridos, hoje, de modo contundente na nossa vida cotidiana, é importante ressaltar que essa busca assumida por acesso ao real, costuma se manifestar por meio de estratégias de produção de “efeitos de realidade” e de autenticidade. Faz parte da técnica o parecer verdadeiro.

Para Duarte (2007), a televisão, e aqui, inclui-se, principalmente, o telejornalismo, procura cercar-se das estratégias de discurso, além dos mecanismos expressivos que garantam os efeitos de sentido de verdade, autenticidade e credibilidade de que necessita. A autora destaca ainda que:

Do ponto de vista semiótico, é preciso ter claro que os telejornais, ao promoverem os acontecimentos enquanto os dizem e mostram, fazem emergir uma verdade que é discursiva e que, portanto, não coincide, obrigatoriamente, com a verdade dos fatos: trata-se de operações discursivas que produzem, isso sim, efeitos de sentido. Por isso, mesmo que a maior potencialidade da televisão seja a realização da transmissão direta, em tempo real e simultâneo ao dos acontecimentos do mundo exterior; mesmo que toda a transmissão contenha em si a possibilidade de imprevistos, está sempre presente, em qualquer um dos produtos televisivos, seu caráter de mediação. (DUARTE, 2007, p. 50)

A autora diz ainda que, nessa perspectiva, o que se tem é uma construção de uma “realidade discursiva” pela TV. Na mesma direção, Leal (2008, p. 4) lembra que a realidade discursiva é o “fruto de operações lingüísticas, que é ofertada ao receptor e que deseja, para não dizer necessita, de sua adesão para se autenticar como verdadeira”. Ele lembra que, como produto da linguagem, o acontecimento noticioso exige que o receptor realize operações que lhe atribuam sentido e o insiram no cotidiano. Para tanto “busca antecipar, orientar, conduzir, apropriar-se do gesto de recepção à espera de que o receptor tome a notícia para si, dê-lhe validade, autentique-a”.

Nesse contexto, fica mais fácil compreender certas estratégias adotadas pelos telejornais, tais como a utilização como cenário de fundo da própria redação, expondo o ‘fazer-se’ da notícia e propondo ao espectador, a partir da autenticidade da enunciação, um

contrato fiduciário (Fiorin, 1999) dos produtores dos telejornais com seus telespectadores. A posição dos apresentadores nesse cenário também produz efeitos de sentido:

Normalmente, os cenários dos telejornais colocam os apresentadores em um platô, isto é, em um estrado mais alto, sentados em uma bancada, tendo como fundo espécies de mapas de globo terrestre, ou telas e telões. Essa posição de superioridade assinala quem, nesse contexto, detém a informação e consequentemente o poder. (DUARTE, 2008, p. 8)

Ao delegar voz aos repórteres, correspondentes e especialistas, o apresentador assume um importante papel de mediação, ao mesmo tempo em que dá ciência dos acontecimentos, atesta sua veracidade e apoia as interpretações apresentadas. O apresentador é o principal ator da enunciação do telejornal. É o narrador ao qual se tributa a condução do programa, emprestando ao telejornal, sua identidade, seu estilo, sua ‘cara’. É também o fiador do que é noticiado, sendo diretamente responsável pela relação de confiança que o espectador constroi em relação ao telejornal. Para cumprimento de tais papéis, é determinante o modo como o apresentador constroi sua credibilidade, sua confiabilidade, sua proximidade com o espectador, a partir de procedimentos enunciativos.

Martins (2006, p. 133) destaca, por exemplo, o olhar interpelativo como procedimento enunciativo básico na construção dessa relação entre apresentador e espectador: “quando o apresentador fala olhando para a câmera, estabelece um vínculo direto com o telespectador, olhando-o nos olhos. É um recurso usado para tornar o discurso mais real. É como se o telespectador estabelecesse um laço físico com o apresentador”. É válido lembrar que os sentidos de seriedade, competência e objetividade sempre estão presentes na maior parte dos telejornais quando se trabalha a construção verbal da notícia, o que se configura como um importante elemento na produção do efeito de sentido de verdade.

Machado (2005, p. 104) ressalta que “o telejornal é, antes de mais nada, o lugar onde se dão atos de enunciação a respeito dos eventos. Sujeitos que falam se sucedem, se revezam, se contrapõem uns aos outros, praticando atos de fala que se colocam nitidamente como o seu

discurso com relação aos fatos relatados”. Ao definir o telejornal nesses termos, Machado chama nossa atenção para a necessidade de compreender o telejornal como ato de enunciação do telejornal e, conseqüentemente, explicar melhor o papel enunciativo do apresentador, tal como faremos neste trabalho mais adiante. Neste percurso, seremos levados necessariamente a reconhecer a importância da construção que o próprio apresentador faz de si no enunciado jornalístico, interferindo, a partir de sua atuação, no estatuto atribuído pela audiência ao telejornal.

Antes, porém, de enfrentarmos essa proposta de abordagem do apresentador pelas teorias da enunciação convém recuperar como o apresentador foi tratado em boa parte da bibliografia disponível sobre telejornalismo no Brasil.

3 O APRESENTADOR NOS ESTUDOS DO JORNALISMO

No Brasil, o telejornalismo teve sua entrada em setembro de 1950, coincidindo com o início da indústria da televisão. Inicialmente, os programas não tinham horários definidos, diferente do modelo adotado nos Estados Unidos, base de referência para implantação do jornalismo brasileiro e que trazia do cinema a estrutura logística de produção e comercial. Aqui, a televisão, incluindo o telejornalismo, teve como base o rádio, veículo, até então, predominante na preferência popular devido à facilidade de aquisição.

Logo, o rádio passou a ‘ceder’ seus profissionais ao veículo que entrara no país. Era a forma, a princípio, mais cômoda para os veículos conduzirem a programação, que, mais tarde, se especializaria, tornando a TV brasileira uma das mais conceituadas no mundo. Na época, os programas de jornalismo precisavam ‘recrutar’ os apresentadores de telejornais e foram, então, buscar esses profissionais entre os locutores de noticiários de rádio, que possuíam certa habilidade profissional. Os jornalistas, nesse momento, não foram pensados como profissionais que poderiam exercer tal função, o que só ocorreria, como veremos mais adiante, anos mais tarde.



Figura 1 - Heron Domingues durante apresentação do programa “Repórter Esso”, na Rádio Nacional



Figura 2 - Heron Domingues na apresentação do telejornal da TV Tupi

Como observa Squirra (1993), o programa jornalístico *Imagens do Dia*¹, o primeiro telejornal da televisão brasileira, tinha essa característica ao trazer do rádio o apresentador de TV. O *Telenotícias Panair*, também idealizado e veiculado pela TV Tupi, dois anos mais tarde, seguia o mesmo modelo. Ambos privilegiavam a expressão verbal e não exploravam os recursos visuais do mais novo veículo, pois não existia a quantidade suficiente de reportagens gravadas, em função da ausência de VT'S². Praticamente, o jornal era lido, com algumas inserções de fotos. Em seguida, o mais famoso programa jornalístico do rádio brasileiro e primeiro telejornal de sucesso, o “Repórter Esso”, se transferia para a TV, inclusive com o mesmo nome da produção radiofônica. Veiculado também pela TV Tupi, inicialmente no Rio de Janeiro, em 1952, e em São Paulo, no ano seguinte, ficou no ar quase 20 anos, tornando-se o primeiro telejornal de sucesso do Brasil.

¹ Veiculado dois dias após a implantação da TV brasileira pela TV Tupi, Canal 6 de São Paulo. O programa era produzido por uma pequena equipe composta pelo produtor, redator e apresentador Ruy Resende, e os cinegrafistas Jorge Kurjian, Paulo Salomão e Afonso Ribas.

² Também conhecido como *videotape*, que é um equipamento eletrônico que grava o sinal de áudio e vídeo gerado por uma câmera.

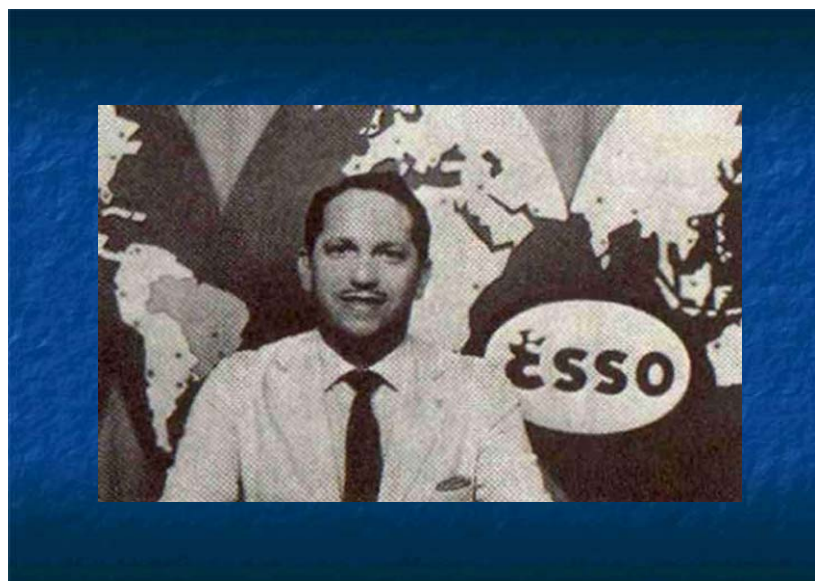


Figura 3 - Gontijo Teodoro, um dos apresentadores do “Reporter Esso” na TV

Nos anos 50 os telejornais funcionavam como uma espécie de rádio com imagem. Só anos depois haveria uma preocupação dos editores em casar imagem e texto. A propósito da importação do locutor de notícias do rádio, profissionais de TV da época já acreditavam que essa era uma função, dentro do telejornal, de muita importância, uma vez que do trabalho do apresentador dependia grande parte da audiência. Logo, era comum buscar profissionais que também tivessem capacidade de redigir o próprio texto, uma espécie de editor-chefe nos telejornais de hoje. Squirra (1993) lembra ainda que o locutor deveria ser tão ligado à notícia que, em caso de problemas no *script*, a informação levada ao telespectador não seria prejudicada, pois dominava o texto com maior propriedade já que tivera escrito o mesmo.

No entanto, o processo de seleção para esses profissionais nem sempre foi presidido por suas competências jornalísticas. A aparência, que incluía também uma ‘bela voz’, era critério de decisão na hora de escolher o que hoje denominamos apresentador de TV. Era evidente, desde aquela época, o valor que se dava a outros atributos como locução de tom grave e bem interpretativa. Era comum a leitura das notícias em blocos ou segmentos, sendo a principal notícia do dia lida em tom vibrante e quase dramático no final dos programas.

Decorrida essa primeira década, de 1950 a 1960, uma fase inicial e importante da TV brasileira, surgem programas jornalísticos que vão substituindo o locutor de notícias e abrindo espaço, mesmo que bem distante do formato atual, para o apresentador de TV, tal como concebemos hoje. Se, atualmente, é possível identificar com relativa facilidade os telejornais da televisão brasileira com os similares norte-americanos, o mesmo não ocorria com os programas nos primeiros momentos, apesar de, como dito, termos como referência o que se fazia nos Estados Unidos. É que segundo o jornalista Fernando Barbosa Lima (*apud*, SQUIRRA, 1997, p. 107) “cada estação de TV procurou criar suas próprias formas, encontrar seu próprio estilo, sem copiar os telejornais americanos.” Tanto é que Fernando Barbosa Lima implantou e dirigiu o Jornal de Vanguarda, que trazia uma nova proposta na forma de apresentação de um telejornal. O telejornal estreou na TV Excelsior, no Rio, em setembro de 1962. Rompeu com o formato padronizado. Abandonou o estilo radiofônico passando a ser apresentado por jornalistas e a apresentar inovações visuais. O *Jornal de Vanguarda*, que tinha como slogan “Show de Notícias”, é considerado um marco de criatividade e ousadia devido às inovações introduzidas no telejornalismo brasileiro no início da década de 1960. O telejornal apresentava uma idéia bem clara do que era em termos de identificação com o público. Segundo Lima (2007, p. 59), a frase dizia o seguinte: “O jornal de quem sabe compreender o mundo de hoje e ver o mundo de amanhã. Um jornal livre para brasileiros livres. Um show de notícias. Nossas câmeras são os seus olhos”. Ia ao ar às dez e meia da noite, ao vivo e com muitos apresentadores, cerca de oito ou nove. No quadro de profissionais havia desenhistas, humoristas, comentaristas políticos, cronista, comentarista internacional, além de locutores como Luiz Jatobá, Cid Moreira, Fernando Garcia e Jorge Sampaio.

Uma das marcas importantes foi a quebra da linguagem tradicional dos telejornais, imprimindo um tom quase coloquial ao discurso dos apresentadores. Outro fator relevante foi a inserção de jornalistas vindos da imprensa escrita, uma novidade, já que os profissionais do

telejornalismo praticamente vinham todos do rádio. O *Jornal de Vanguarda*, que teve como primeiro nome *Jornal Excelsior*, foi levado para a TV Tupi, em 1965. Em 1966, estreava na TV Globo mantendo todo o quadro de profissionais. Ainda em 1966, o telejornal voltou à TV Excelsior. Nos dois anos seguintes ainda passaria pela TV Continental e pela TV Rio. Após o Ato Institucional n. 5, em dezembro de 1968, muitas dificuldades criadas pela censura fizeram com que o seu criador o retirasse do ar. Em maio de 1988, a Rede Bandeirantes reeditou o telejornal, com apresentação de Dóris Giesse, mas sem o mesmo sucesso de anos anteriores.

Essa fase de pré-transição se arrastou até meados dos anos 70, quando o telejornalismo brasileiro passou por maiores reformas nas rotinas de produção, o que incluiu mudanças na forma de apresentar as notícias, com entonações, gestos e participação mais direta na produção dos textos por parte dos apresentadores.

Era o que, em termos de levar a notícia ao telespectador, já preconizava o apresentador Sérgio Chapelin (*apud*, MACIEL, 1994, p. 77), no ar até hoje na TV Globo, como apresentador do programa semanal *Globo Repórter*, levando-se em conta ele que teve como origem as locuções radiofônicas.

Ninguém é capaz de segurar o telespectador apenas com um belo timbre de voz. O fundamental, para um bom locutor, é a sensibilidade. Eu diria que a emoção é marcada por nós, mas não supervalorizo a minha participação na notícia. Sou um operário que deseja apenas, fazer bem o seu trabalho. Faço um exercício de análise em cima de cada texto, porque tenho a certeza de que posso matar ou levantar uma notícia, se eu não souber apreendê-la, com exatidão, e transmiti-la, com a mais absoluta correção. É nesse sentido que se pode falar em interpretação. Jamais no sentido teatral do termo.

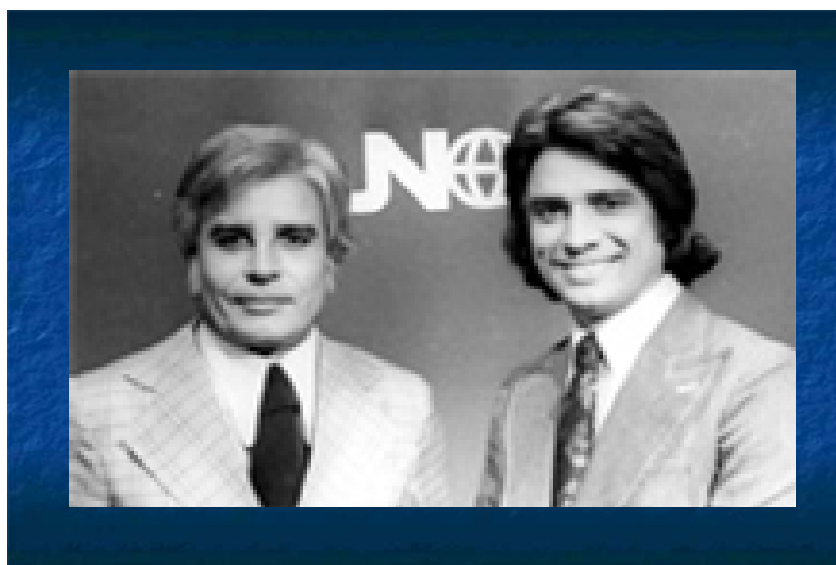


Figura 4 - Cid Moreira Sérgio Chapelin, dois dos primeiros apresentadores do Jornal Nacional

Com as mudanças de mercado na TV nacional, coincidindo com o declínio dos Diários Associados e a chegada do Jornal Nacional, da Rede Globo, que estreara um ano antes, além da adoção do modelo, quase que fiel do telejornalismo americano, a forma de apresentar as notícias na TV foi ganhando novos estilos, como menos dramaticidade na leitura das notícias, agilidade na apresentação, ritmo mais equilibrado e melhor interpretação do texto. Em 1977, por exemplo, estréia em São Paulo, o telejornal matutino *Bom Dia São Paulo*.³

No entanto, apesar de algumas inovações e tentativas de fazer algo diferente, os canais ainda mantinham vínculos produtivos com a fase inicial do telejornalismo. Tanto é que Cid Moreira e Sérgio Chapelin, apresentadores do Jornal Nacional, mantiveram relativos padrões dos locutores de notícias. Já o próprio JN, inaugurava “um novo estilo de jornalismo da TV brasileira”, só que seguindo um formato de apresentação visual requintado e frio, pretensamente objetivo, conforme Lins da Silva (*apud*, SQUIRRA, 1993, p. 109).

³ Exibido pela TV Globo São Paulo, de segunda a sexta, às 7h. O telejornal utilizou pela primeira vez o equipamento de UPJ – unidade portátil de jornalismo, com transmissões ao vivo, informações de serviço como o tempo, trânsito, aeroporto etc.



Figura 5 - Cid Moreira e Sérgio Chapelin, em 'nova fase' do Jornal Nacional

Na nova fase de jornalistas no comando dos telejornais, o sucesso do jornalista Boris Casoy, à frente do *TJ Brasil*, que estreou em 1988, veiculado pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), indicava uma nova tendência no modelo de telejornalismo, não só na maneira de apresentar, mas pela consolidação de um jornalista responsável por editar o telejornal que apresentava.



Figura 6 - Boris Casoy, durante apresentação do TJ Brasil, no SBT

O próprio Boris destacou esse novo momento do jornalismo de TV:

O que acontece é que a fase dos grandes locutores está acabando. Não temos mais a escola das grandes vozes, de onde surgiu alguém como Cid Moreira, e vai ser muito difícil ter apresentadores do porte e do brilho do Cid de agora em diante. Os jornalistas-apresentadores naturalmente irão ocupar os lugares disponíveis. Serão mais fracos na locução, mas irão reforçar a parte

jornalística (CASOY, *apud*, TRAMONTINA, 1996, p. 79).

Passados quase 15 anos, a previsão parece se confirmar, pelo menos até o momento, onde é cada vez mais comum, jornalistas com padrões de vozes bem diferentes dos primeiros apresentadores (menos grave, bem mais articulada), conduzirem os telejornais, tanto em emissoras de rede, bem como nas regionais.

3.1 Atuação e imagem do apresentador

Num momento seguinte do jornalismo televisivo do país, ao analisar o Jornal Nacional, no que ele considera em “nova fase”, Hernandes (2006, p. 123), ressalta que “os apresentadores de bela voz deram lugar aos âncoras. Por trás da mudança, houve a tentativa de conquistar mais credibilidade para a notícia. Os novos apresentadores são jornalistas que participam ativamente da edição”. Natalino (2007) também evidencia essa mudança no cenário dos telejornais brasileiros, com a troca, em 1996, dos apresentadores Cid Moreira e Sérgio Chapelin pelos jornalistas William Bonner e Lilian Witte Fibe, como sendo o marco de uma transição para o modelo de âncora, problema que iremos abordar mais adiante.



Figura 7 - William Bonner e Lilian Witte Fibe, primeiros jornalistas na apresentação de telejornais da TV Globo

Quanto à ideia de conquistar mais credibilidade, a confirmação é do ex-diretor de jornalismo da TV Globo Armando Nogueira, que em entrevista no ano de 1997 afirmou que o importante na presença do jornalista como apresentador de um telejornal era o de reforçar a credibilidade do apresentador e, conseqüentemente, a credibilidade do telejornal.

O jornalista Evandro Carlos de Andrade (2004, p. 288), que assumiu a direção da Central Globo de Jornalismo (CGJ), em 1995, em substituição a Alberico de Souza Cruz chegou a afirmar: “nós queremos que os apresentadores respondam ao máximo possível sobre os textos que lêem”. Para o atual diretor da CGJ, Carlos Henrique Schroder (2004, p. 288), na época, Diretor de Planejamento, a substituição dos apresentadores, apesar de necessária para aquele momento, foi muito difícil:

Todas as pesquisas indicavam o êxito dos nossos locutores. Mas eu sentia a necessidade ao longo dos anos de ter jornalistas na bancada, para que houvesse agilidade. Na primeira conversa com Evandro, mencionei isso, e ele foi absolutamente receptivo, dizendo que, como espectador, tinha a mesma impressão. E deu sinal verde para o projeto... Vendo retrospectivamente, parece que foi uma decisão fácil de tomar. Mas não foi. Qualquer mudança no Jornal Nacional é muito complicada, porque se trata do principal telejornal da casa e do país. E um dos principais programas da TV Globo.

Ele (2004, p. 288), complementa a justificativa de ter jornalistas na bancada ao afirmar a certeza de dar maior dinamismo ao telejornal:

Ter jornalistas como apresentadores dá a possibilidade de improvisar, de intervir no noticiário no momento em que ele está no ar. Permite a realização de entrevistas ao vivo, perguntas a repórteres, a entrevistados. Permite um arredondamento de certas matérias. Esse nunca foi o papel dos locutores, a quem apenas cabia ler o que tinha sido escrito. Por mais competentes que fossem, e eram monstros sagrados da locução, os melhores do país, eles não foram formados para desempenhar o papel de jornalistas. Fazer a mudança com eles seria desonesto em primeiro lugar com eles próprios. Foi uma decisão difícil, mas histórica.

Yorke (1998) enfatiza que o surgimento do jornalista como apresentador coincidiu com as novas demandas que tiveram origem nas mudanças da tecnologia e também pelo

surgimento de programas com formas modernas. Ele completa dizendo que o talento jornalístico e de apresentador acabaram tornando-se inseparáveis.

Porto (2009) ressalta que após essa mudança os apresentadores passaram a falar por mais tempo, passando de 15% do primeiro momento para 25% na nova fase. O autor destaca ainda que somente os apresentadores tiveram um aumento significativo na participação do telejornal. Ele destaca também que os apresentadores tornaram-se mais ativos ao apresentar um número maior de expressões interpretativas e, conseqüentemente, menos informativas. Na prática, ficou quase que uma regra o apresentador ser responsável pela apresentação dos comentários finais das notícias, mesmo que através de uma informação complementar, as chamadas nota-pé. Em entrevista a Porto (2009, p. 23), o apresentador e editor-chefe do Jornal Nacional, Willian Bonner, afirmou:

Pelo lado da editoria Brasil, a grande preocupação que havia era a de fornecer ao espectador informações adicionais que lhe permitissem estabelecer uma visão crítica do que tinha visto. Isso a gente fazia por meio da nota-pé, a nota que vem ao pé do VT, após a exibição da reportagem. A nota-pé, quando traz uma informação a mais, permite ao espectador formar a sua opinião, se ela estiver bem redigida, se ela estiver posta no lugar certo, sem que você ponha nela a sua opinião de jornalista, de pessoa física. Porém, em alguns casos – e eu lhe digo qual é o critério – eu também botava opinião. Porque havia uma avaliação do Evandro de que, quando uma situação de injustiça fica muito evidente numa reportagem e quando o repórter em seu trabalho apenas com a justaposição de fatos objetivos não é capaz de fornecer ao espectador uma válvula de escape de indignação diante do que vê, se a matéria não consegue por força própria produzir essa catarse, é necessário que a gente aqui na apresentação tenha a iniciativa de verbalizar isso. Esses casos são raros porque, em geral, as reportagens, quando vêm editadas, permitem que o cara em casa, ao fim da matéria, não precise de mais nada. Quando termina a matéria ele vai dizer: ‘é isso mesmo, é um absurdo¹. Mas há situações em que o sujeito fica em casa atônito diante de uma injustiça e a matéria não desempenha esse papel a contento. Isso não é uma falha da matéria, tem reportagens que simplesmente não pedem isso, mas outras pedem a nota-pé informativa e comentada.

Passados mais de 50 anos dos primeiros telejornais brasileiros, nos quais os locutores de notícias abriram um caminho para o atual modelo de telejornalismo nacional, é diversificada a opinião de analistas de como devem proceder os apresentadores, tanto no que concerne o seu papel na produção do telejornal e quanto a linguagem do programa, além de

qual formato que se enquadra melhor nas tevês de rede, regionais e locais. A própria concepção do que é um apresentador de telejornal não é consensual.



Figura 8 - Willian Bonner e Fátima Bernardes, atuais apresentadores do Jornal Nacional

Segundo Jespers (2000), o apresentador é o hóspede do telejornal. É ele quem acolhe o telespectador no início do programa, e despede-se no fim, marca os encontros e permite que o receptor tenha uma melhor compreensão dos fatos. É ele quem estabelece um contato privilegiado com o público, baseado na confiança. O desenho de uma imagem global que o telespectador irá fazer dos assuntos do dia, a partir das referências que o apresentador faz, também sinaliza o grau de importância que o profissional exerce. Dentro das rotinas do telejornal, o apresentador é responsável em colocar as sequências de reportagens e as entrevistas. Pode ele, também, valorizar certos acontecimentos ou certas sequências de um telejornal ou mesmo, diminuir o interesse e até desvalorizar tais fatos de acordo com a tradição jornalística. Ainda para o autor, o apresentador deve, também, colocar-se a serviço do público, ser o intérprete das suas interrogações, inquietações, realçar o essencial das notícias e fazer a ligação entre o veículo e os telespectadores. Na realidade, ele exerce uma função de elemento de homogeneidade em telejornais cada vez mais heterogêneos. Outros aspectos

também são destacados como essenciais para uma empatia com o público. A este respeito, Jaspers (2000, p. 182) afirma que:

A aparência física, o vestuário, os gestos, a simpatia que transparece, o olhar, tem evidentemente muita importância para um apresentador. É importante para a eficácia da transmissão da informação que o telespectador não seja perturbado por detalhes secundários, tais como uma gravata muito vistosa, uma cicatriz que desfigura, um tique, gestos demasiados abundantes, ou excessivamente bruscos, um meneio intempestivo da cabeça etc. Mas não devemos exagerar. O que torna credível e eficaz um apresentador é antes de tudo uma vontade obstinada de comunicar claramente e inteligentemente e uma preocupação de convivência com o público.

Complementado essa idéia, Veiga (2000) afirma que cabelos despenteados, dentes manchados de batom, gravatas tortas, camisas manchadas de suor são elementos discordantes, não aceitos na tela do veículo que reproduz a moda. E completa ao afirmar que assim como na apresentação teatral, onde o narrador dá o tom do sentimento à plateia, o apresentador é elemento importante na apresentação da notícia e na reação do público a ela.

Já Rezende (2008) destaca que a primazia do elemento não-verbal necessita de uma aplicação eficiente dos recursos não-verbais, com intuito de atrair e manter constante o nível de interesse do telespectador. A pesquisa dos ingleses Baggaley e Duck (*apud* Rezende, 2008, p. 40), afirma que: “sem o complemento de inflexões de voz, expressão facial, postura e todo um sistema de gestos e de senhas não-verbais, aperfeiçoados por gerações de prática, a lógica verbal imaculada de um pronunciamento não funciona”.

A imagem que o apresentador constroi diante do público também é analisada por Maciel (1999), que destaca seis fatores, colocados como fundamentais sempre que se fala diante das câmeras e que ele faz questão de ressaltar como não sendo apenas recomendações de vaidades: cuidado com a *roupa*, no estilo e nas cores; com a *postura*, através da sutileza; com os *gestos*, evitando exageros; com a *fala*, através da maneira, do tom e do ritmo; com o *convencimento*, através da sinceridade e segurança e, com a *credibilidade*, esse ligado diretamente ao item anterior. Ele complementa dizendo que o apresentador funciona como

uma espécie de ator que atua mexendo com a emoção das pessoas e, por isso, o que está sentindo e transmitindo para os telespectadores é a verdade, esse um conceito relacional, como já vimos no capítulo anterior. Essa postura, segundo ele, dá credibilidade ao que é dito. Tem sido comum ver trabalhos publicados que se referem ao apresentador como sendo alguém que precisa passar uma imagem que as pessoas possam admirar e respeitar, o que faria com que, quanto mais fosse a encarnação dessa imagem positiva, através do comportamento e das atitudes que torna publicamente, maior credibilidade e aceitação teria sua palavra.

Todos esses elementos foram colocados, a princípio, como prioridades na obtenção de criar o “apresentador ideal” de um telejornal que acabaria sendo referência, em uma das principais redes de TV do país, o *Jornal Nacional*, da Rede Globo. Porém, com uma notável ressalva: o forte apelo de aparência de quem estaria à frente das câmeras. O então vice-presidente de Operações José Bonifácio Sobrinho (*apud*, MACIEL, 1999, p. 71) revela que desde o início da criação do principal telejornal da emissora, a preocupação em atrair o público feminino o fez seguir o caminho da aparência:

Eu achava que, além da correção, da boa voz, do timbre bonito, os nossos telejornais ganhariam muito com a presença de apresentadores que fossem competentes e de boa aparência. Isso era parte de uma tática: a de fazer com que o nosso público fosse atraído pelos nossos telejornais, que já eram tão bons quanto qualquer outro, naquela época. O problema era evitar, de qualquer forma, que na hora da notícia esse público mudasse de canal.

Na época, o jornalista Armando Nogueira (1988, p. 104), diretor da Central Globo de Jornalismo, também defendeu o mesmo padrão de aparência, quando o assunto era escolher o apresentador de telejornal:

há uma máxima inglesa de turfe que determinava: entre um cavalo grande e bonito e um cavalo pequeno e bonito, prefira o cavalo grande e bonito. Entre um apresentador de televisão bom e feio e outro bom e bonito, eu prefiro o bom e bonito. Isto não significa que o Cid Moreira ou o Sérgio Chapelin vá participar de novelas.

Mas o elemento aparência na apresentação só fará sentido, em combinação com outros fatores, como a voz. Ela merece, inclusive, um destaque, de acordo com Maciel (1999, p. 74)

independente de eventuais belezas físicas que possua ou não, ao falar, lembre que é através da voz que você vai convencer as pessoas que estão assistindo a sua participação na televisão. A voz precisa, portanto, estar em harmonia com a imagem que você está projetando.

Ramos (2007), apoiado nas postulações de Barthes sobre a voz, também destaca a importância desse elemento, lembrando que não há voz neutra. Essa forma de expressão está na categoria dos objetos que provocam desejos ou repulsa, o que justifica a atenção recebida pelos produtores de telejornais. Krillos (2003, p. 47) destaca a importância da voz para a inteligibilidade das notícias:

Uma voz agradável, equilibrada, em harmonia com o falante, e uma articulação clara e precisa facilitam a compreensão da mensagem e prendem a atenção de quem ouve. Por outro lado, quando falamos muito rápido ou não articulamos bem os sons, surgem interferências na mensagem que estamos transmitindo.

Ainda segundo Krillos (2003), a boa qualidade da voz para apresentadores é essencial e deve conter elementos como *frequência* equilibrada, que é o tom que se usa para falar. Pode ser grave (grosso), médio ou agudo (fino) e que é determinada pela velocidade do movimento das pregas vocais; *intensidade ou volume*, compatíveis com a apresentação da notícia, não devendo ser muito forte, nem muito fraco; *ressonância*, que é a forma como é distribuído o som pela laringe, boca e nariz e que deve ter um equilíbrio; *articulação*, que é a emissão, com clareza e precisão, do som que é levado ao telespectador; e, por último, o *ritmo ou velocidade*, que precisa ser trabalhado de forma média, para que as palavras não sejam faladas de forma muito rápida ou lenta.

Para Krillos (2003), o apresentador geralmente atua em situação de estresse, com elevada descarga de adrenalina, o que por um lado auxilia na boa atuação dos órgãos e dos músculos para a função fonatória, mas que, por outro lado, quando acompanhada de ansiedade extrema e medo de falar, traz resultados negativos.

É nessa mesma perspectiva que Maciel (1999, p. 75) relata o depoimento de Cid Moreira, ex-apresentador do Jornal Nacional, da Rede Globo, quando ele firma que “você tem de esquecer todas as aflições passadas e entrar no espírito do jornal. É uma coisa que a gente aprende: a se concentrar rapidamente”.

Por todos esses aspectos, a voz passa a ter um peso significativo nos manuais de telejornais, aliada aos aspectos gestuais, como um semblante de serenidade e calma. Mas, entre os elementos disponíveis para se chegar a resultados satisfatórios de empatia com o público, outros fatores se complementam. Krillos (2003) ratifica a tese que bom texto, voz agradável, articulação clara e gestos e expressões corporais ilustrativos e harmoniosos, são determinantes.

Já Yorke (1998) chama a atenção para a postura dos apresentadores diante das câmeras. Segundo o autor a postura errada é um dos defeitos mais comuns daqueles que enfrentam um estúdio de televisão. É o caso de alguns apresentadores que se curvam para trás na cadeira; já outros, projetam um dos ombros pra frente, o que aparenta agressividade. Também são citados os que ficam tão nervosos que sentam na extremidade da cadeira. Hábitos considerados como distrações, mas que interferem na comunicação apresentador-telespectador, afinal, como ele diz, quem está do outro lado espera um apresentador relaxado, confiante e seguro de si. Mas além da postura, para ele, um outro aspecto é considerado relevante: o vestuário. O cuidado com acessórios, como brincos, cordões, pulseiras e coisas do gênero, faz parte da boa condução da mensagem que se quer transmitir. Assim como também a atenção no penteado, na barba e no uso de cosméticos. Todos esses elementos devem estar na medida sensata, sem exageros, o que possibilita um ‘não-ruído’ da comunicação visual.

É recorrente na bibliografia do telejornalismo a preocupação com a expressividade do apresentador, ou seja, com os aspectos dessa atuação capazes de inspirar credibilidade. E tal

credibilidade seria fruto da união de recursos verbais (palavra) e não-verbais (voz, fala e corpo), algo que requer muita técnica e prática. Um outro aspecto encontrado nessa bibliografia específica do campo do jornalismo é a discussão acerca do estatuto do ‘âncora’ e do ‘apresentador’. Observamos, assim, de um lado, uma preocupação orientada pela descrição e prescrição de comportamentos/procedimentos de atuação do apresentador e, por outro, a preocupação com as funções do profissional que ocupa a bancada dos telejornais no seu processo de produção. Em ambas, o foco é o ‘fazer jornalístico’.

3.2 Apresentador x Âncora

Para Barbeiro e Lima (2003), o apresentador de programa jornalístico na TV não pode ser colocado como artista, nem como notícia, e sim como parte do processo de produção desta. No entanto, apesar de não dever ser, o que os autores consideram a “estrela” do telejornal, já que em volta dele existe toda uma equipe de profissionais que, em conjunto, produzem o telejornal, é ele o rosto mais conhecido e familiar do telespectador, o que lhe dá notoriedade e prestígio social. Atualmente, no setor produtivo, o apresentador, na maioria dos casos, acompanha e participa da elaboração do telejornal, nas várias etapas. Muda o que fazia grande parte dos locutores de notícias, por causa da voz e do visual, que era ‘apenas’ ler o que alguém escrevia. Agora, é o apresentador quem tem participação ativa na produção e acabou transformando-se, na maioria dos casos, em editores-chefes dos programas. Outros atributos ainda citados como fundamentais a um apresentador são a capacidade de transmitir a sensação de uma pessoa calma, relaxada, confiante e segura, controlando ainda o ritmo do programa, dando maior ou menor velocidade. Ainda segundo Barbeiro e Lima (2003), o apresentador precisa ser firme, estimular os debates ou respostas. É válido lembrar que é cada vez mais comum a inserção de entrevistas conduzidas pelos apresentadores em telejornais, sobretudo os matutinos e vespertinos. Isso configura, ao longo das últimas duas décadas, uma mudança que

envolve a rotina, já que antes essas entrevistas eram realizadas, na grande maioria, apenas pelos repórteres.

O papel do apresentador na produção das notícias, assim como seu posicionamento diante do que enuncia, também é o objeto de compreensões distintas na bibliografia da área. Para Barbeiro e Lima (2000), o âncora/apresentador jamais pode ter opinião explícita, o que cabe aos comentaristas. Ele deve dar preferência ao pronome nós em vez de eu, o que daria um tom de arrogância dispensável no jornalismo. E aí está uma certa polêmica, não só quanto à competência da atividade produtiva do apresentador e do âncora, mas quanto à própria definição do que é um e do que é o outro.

Alguns pesquisadores entendem que o trabalho do âncora deve se limitar a informar sem comentar. Para esses, não é coerente a opinião para quem tem por obrigação apenas a função de apresentar a notícia de forma ‘objetiva’. Ghivelder (1994, p. 109) reforça o pensamento ao afirmar:

A meu ver, o ideal é que haja jornalistas participando da feitura e apresentação do telejornal, o que não quer dizer, necessariamente, que, pelo fato de serem jornalistas, tenham de opinar. Até porque, frequentemente o que têm a dizer é mais um palpite. Ao apresentador compete informar.

É comum entre profissionais da área a referência ao termo âncora (do inglês *anchorman*), no caso, o homem-âncora, criado nos Estados Unidos, na década de 50 e que simboliza a figura do apresentador, para citar, por aqui, qualquer apresentador de telejornal. Parece não ser apropriado, já que seguindo o próprio modelo norte-americano, adotado pelo jornalismo televisivo no Brasil, o âncora é bem mais do que o ‘locutor de notícias’. Ele participa diretamente e interferindo na produção do jornal.

Natalino (2007, p. 89) afirma ser o âncora de um telejornal, ao mesmo tempo, apresentador televisivo e jornalista, o que até aí parece demonstrar coerência.

O âncora é, a princípio, um jornalista cujo reconhecimento entre seus pares o elevou a um posto máximo na carreira. É também, entretanto, alguém cuja

imagem deve ser impecável, transmitindo confiança no tom de voz e no vestuário. É ele que inicia a transmissão do telejornal, saudando os que lhe assistem, de forma respeitosa; é também ele que se despede do telespectador. E, principalmente, é ele quem introduz todas as notícias do telejornal, sendo a sua fala uma presença constante e inescapável em cada relato.

Mas parece existir um entendimento distorcido quando ele se refere apenas ao aspecto da linguagem e da performance: “há vários modelos de âncora, variando desde a sisudez monótona e calculada à fala calculadamente alegre, desde a imobilidade da posição sentada à movimentação dos âncoras que se utilizam do estúdio com palco”. Nessa análise, a princípio, não se dá conta do papel desse profissional enquanto produtor da notícia, o que bem caracteriza o trabalho do âncora.

Segundo Squirra (1993), no início dos anos 90, a definição parecia explicar um pouco o novo momento: O ‘âncora’ é um profissional, na prática norte-americana, que se configura como a expressão máxima de credibilidade e orientação editorial do programa jornalístico de TV, mas que no Brasil, a partir dos anos 90, passou mais a exercer a função de coordenador de coberturas jornalísticas especiais do que propriamente o que fundamenta a atividade do mesmo, com exceção para o modelo adotado pelo SBT, onde se tinha à frente do programa o jornalista Boris Casoy. O próprio apresentador tentou definir o que seria esse profissional por aqui:

Eu acho que no Brasil, ele (âncora) é sinônimo de Editor-Chefe, de apresentador e de comentarista. E, ocasionalmente, entrevistador. Na verdade, é o jornalista, no pleno exercício das suas funções, na televisão. É o jornalista que edita seu jornal, que seleciona as notícias. Que comenta e faz uma análise. No meu conceito, no fundo, é uma forma de jornalismo crítico e analítico. (CASOY, *apud*, SQUIRRA, 1993, p. 180).

Para Squirra (1993, p. 118) “a figura do âncora é recente na jovem história do jornalismo eletrônico no Brasil. Por esse motivo, ainda é um personagem desconhecido da população e dos pesquisadores”. Para ele o pioneirismo de quem introduziu a função no telejornalismo brasileiro continua complexa para alguns profissionais, sendo Costa Manso, da

Rede Globo, em 1976, citado por Mello e Sousa, como o primeiro profissional a fazer esse tipo de trabalho. Já o ex-diretor de jornalismo da própria emissora, Alberico de Souza Cruz, afirma que o pioneirismo cabe a Carlos Monforte. Joelmir Betting, na Bandeirantes, é mencionado por Lins e Silva como outro profissional que teria exercido a função em 1980, e de forma semelhante a de um âncora.

Já a mídia denominou vários jornalistas como tendo exercido a função de âncora no país. É o caso de Maria Lydia, da TV Gazeta, no programa Gazeta Meio Dia, em 1991; Citados também estão Ney Gonçalves Dias, Marília Gabriela e Sílvia Poppovic, quando da cobertura da TV Bandeirantes da eleição presidencial de 1989, além de Carlos Nascimento, no Jornal Nacional e Pedro Bial, no Jornal da Globo, também citados em reportagens no Diário do Grande ABC e Playboy, respectivamente, como profissionais a exercer a função de âncora.

Para Bonner (2009, p. 242), o âncora é definido da seguinte forma:

O profissional em cuja figura se centraliza a apresentação de um programa jornalístico e que, frequentemente, acumula o cargo de editor-chefe. Nos Estados Unidos, o âncora é isto. No Brasil, a imprensa escrita viu, na migração de Boris Casoy para a TV, a ocupação de um espaço novo para jornalistas. E por um profissional que já acumulava grande experiência na carreira. Assim, a própria imprensa passou a apresentar Boris Casoy como o primeiro âncora brasileiro de verdade. Esse de “verdade” se devia ao fato de ele entremear a apresentação com os comentários – o que o colocaria na condição de âncora à moda americana.

No entanto, para Squirra (1993) o que parece evidente hoje é que o formato de ancoragem de Boris Casoy, no então *TJ Brasil*, é o que se tornou plenamente aceito pela maioria dos jornalistas, apesar da forma diferenciada no que se refere aos comentários, já que nos EUA, estes praticamente inexistem por parte dos âncoras. Lá, lembra Squirra, a opinião do âncora não é externada de forma direta e clara, mas na condução do noticiário, no processo de escolhas das reportagens e na seleção dos profissionais a darem determinados enfoques.

Sobre essa última análise de Squirra, Bonner (2009, p. 242) reafirma a idéia, para logo em seguida argumentar a discordância em Boris Casoy ser considerado o pioneiro como âncora.

Os âncoras americanos não comentam notícias, nem tampouco recorrem a bordões. Então, antes de expor, aqui, os motivos de o Jornal Nacional não emitir opinião na voz de seus apresentadores (ou seríamos âncoras?), é preciso combinar o seguinte: Boris Casoy foi um inovador sim, ao acumular a chefia do TJ Brasil com a apresentação; a apresentação com os comentários; e os comentários com os bordões. Mas Boris jamais foi um âncora como os americanos. Simplesmente porque não é assim que eles trabalham por lá.

Já para Paternostro (1999, p. 34) foi o jornalista Boris Casoy o precursor da função no país. Ressalta ainda que o trabalho dele produziu mudanças no meio televisivo.

O Telejornal Brasil introduz a figura do âncora no telejornalismo brasileiro, que, embora, consagrada nos modelos dos telejornais norte-americanos, ainda não existia por aqui. O jornalista Boris Casoy, apresentador e editor-chefe do telejornal, comenta e opina sobre algumas reportagens. O TJ Brasil se contrapõe ao Jornal Nacional, que permanece na liderança da audiência, mas o TJ Brasil consegue imprimir sua marca e leva as emissoras a reformular o formato de seus telejornais.

Outro que defende o pioneirismo de Boris Casoy é Porto (2009, p. 12): “Casoy se tornou o primeiro âncora da televisão brasileira, pois recebeu não só a tarefa de apresentar as notícias, mas também de atuar como editor-geral do noticiário”.

Diante do que se expôs sobre o tema parece ser coerente a afirmação de que o apresentador é um dos principais elementos na imagem do canal, independentemente do modelo adotado, se como apresentador ou como âncora, o que faz com que sua responsabilidade seja muito evidente e fundamental para a construção da credibilidade perante o público. E essa imagem está ligada diretamente ao que se constroi no momento do discurso, como alguém que representa um coletivo, no caso o telejornal, mas que, por sua visibilidade, estaria representando e sendo, pelo público, avaliado ao mesmo tempo. Não importando se produtor ou não das notícias, cabe-nos relevar a importância que ele tem como narrador, no

modelo enunciativo, já que o mesmo figurativiza o enunciador. É importante analisarmos, portanto, o telejornal do ponto de vista da enunciação.

As discussões encontradas na bibliografia de telejornalismo sobre esse tema nos conduzem, portanto, a pelo menos duas posições bem delineadas. Por um lado, há autores e/ou profissionais que atribuem a distinção entre o âncora e o apresentador em função, respectivamente, de sua participação ou não do processo de produção das notícias. Por outro lado, há autores e/ou profissionais que estabelecem essa separação entre âncora a partir não apenas da sua participação no processo de produção das notícias, mas também de seu posicionamento, identificando o primeiro à postura daqueles que comentam e opinam sobre as notícias e o segundo, àquele que mantém um certo distanciamento ou ‘isenção’ diante do que noticiam.

Essa distinção, no entanto, perde força quando consideramos o telejornal, como pretendemos fazer aqui, do ponto de vista de sua enunciação. Independentemente de participar ou não do processo de produção das notícias, o jornalista que conduz a apresentação do telejornal se constitui na representação empírica mais imediata da instância de produção. Figurativiza, portanto, o “eu” que fala, ou seja, a fonte da qual emana a enunciação. Nessa perspectiva teórica, importa mais descrever e analisar como esse “eu”, fonte da enunciação, é construído a partir do enunciado que profere. Chegamos, assim, ao ponto em que a discussão do *ethos* ganha relevo, visto que, na semiótica, esse conceito remete justamente à imagem do enunciador apreendida pelos enunciados. Discutir a construção do *ethos* dos apresentadores nos permitirá, ao final, articular e ultrapassar as duas dimensões envolvidas nessa dicotomia “âncora vs. apresentador”: a dimensão da *produção* jornalística (elaboração das notícias) com a dimensão da *enunciação* (simulacro do ato de comunicação construído no enunciado). Para isso precisamos, agora, descrever o apresentador a partir do seu papel enunciativo.

4 PAPEL ENUNCIATIVO DO APRESENTADOR

Antes de analisarmos o papel do apresentador nos telejornais, é preciso compreender o próprio conceito de enunciação. A enunciação pode ser definida, em termos mais gerais, como o ato que ‘faz ser’ o discurso. Concebido inicialmente no âmbito da linguística, o conceito designa a colocação em funcionamento da língua por um ato individual de utilização. Ou seja, a enunciação é “compreendida como a mediação entre o sistema social da língua e sua assunção por uma pessoa individual na relação com o outro” (FECHINE 2008, p. 120). Podemos, assim, compreender a enunciação como ato de realização de um enunciado ou de uma enunciação, de tal modo que, se a enunciação é a *realização*, o enunciado é resultado deste ato, ou seja, o que é *realizado*.

Fechine (2008) lembra que, se a enunciação é um pressuposto lógico do enunciado – um simulacro do ato de comunicação inscrito no próprio enunciado - os sujeitos inscritos no interior do próprio enunciado e, a rigor, será sempre uma instância conceitual passível apenas de ser simulada num nível mais concreto (como o do enunciado). Greimas (1996, p.11) explica claramente este tipo de situação enunciativa a propósito da linguagem verbal:

Dirijo-me a uma jovem e digo: você é bela. Isso quer dizer eu digo (enunciação): você é bela. Mas, posso dizer: eu digo que você é bela. Esse “eu digo que você é bela” pressupõe um “eu digo que eu digo que você é bela”... ou “eu digo que eu digo que eu digo...que você é bela”. Pois, a cada momento há um pequeno jogo (no sentido de atuação) que faz com que possamos explicitar a enunciação. Mas, quando a explicitamos, implicitamos a enunciação verdadeira (verdadeira no sentido vulgar)⁴.

A partir da afirmação de Fiorin (1996, p. 42) de que “a enunciação é um enunciado cuja função predicativa é a intencionalidade e cujo objeto é o enunciado-discurso”, pode-se afirmar, também, que se a enunciação é a realização, o enunciado é o que dela resulta, ou seja,

⁴ A. J. Greimas, *La enunciación. Una postura epistemológica*. Cuadernos de Trabajo, N°21, Universidad Autónoma de Puebla/Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades, México, 1996, p. 11 (tradução livre do espanhol).

o que é realizado. Ainda segundo Fiorin (2004, p. 16), a enunciação “é a instância que povoa o enunciado de pessoas, de tempo e de espaços”. É, também, a instância lingüística pressuposta pela existência do enunciado. Ela se configura como sendo da ordem do acontecimento e não se reproduz duas vezes da mesma forma. Não há, também, possibilidade de descrever o ato da enunciação em si mesmo. Tomando por base as postulações de Benveniste (1995), Fiorin destaca que a enunciação é a instância do “*ego, hic et nunc*”. Nessa concepção, o “eu” é instaurado no ato de dizer: “eu” é quem diz “eu” e a pessoa a quem o “eu” se dirige é definido como “tu”.

O “eu” e o “tu” são os actantes da enunciação, os participantes da ação enunciativa. Ambos constituem o sujeito da enunciação, porque o primeiro produz o enunciado e o segundo, como uma espécie de filtro, é levado em consideração pelo “eu” na construção do enunciado. O “eu” realiza o ato de dizer num determinado tempo e num dado espaço. “Aqui” é o espaço do “eu”, partir do qual todos os espaços são ordenados “aí”, “lá”, etc.; “agora” é o momento em que “eu” toma a palavra e, a partir dele, toda a temporalidade lingüística é organizada (FIORIN, 2004, p. 16).

No ato de dizer, o “eu” se dirige a um “tu” estabelecido. Os dois formam os “actantes” da enunciação. São os participantes da ação enunciativa e ambos constituem o sujeito da enunciação. O “eu”, que é pressuposto, passa a ser do enunciador, enquanto que o “tu”, se refere ao enunciatário. Já o “eu” e o “tu” projetados no interior do enunciado, se apresentam como narrador e narratário. Logo, enunciador e enunciatário são autor e leitor, porém não reais, mas implícitos na construção do texto. Nessa estrutura, o sujeito real, um “eu” empírico de verdade, é inacessível. O que se pode ter é um simulacro do sujeito da enunciação no discurso.

Fechine (2008, p. 03) afirma que narrador e narratário “nada mais são do que ‘projeções’, simulacros ou figurativizações, construídos no e pelo próprio enunciado, do

Como evidencia o esquema proposto por Fechine, o enunciador e o enunciatário são pressuposições, são posições lógicas, pois, quando se manifestam no enunciado, passam a ser denominados de narrador e narratário. Ainda segundo a autora, o sujeito “real” – ou seja, o sujeito da cena intersubjetiva da comunicação – é inacessível a partir apenas da análise daquilo que é exibido, uma vez que, pelo enunciado-discurso, temos acesso apenas aos simulacros do sujeito da enunciação.

Para entender como se dá esse jogo de posições actanciais, apresentadas no esquema acima, é preciso considerar que todo telejornal possui uma estrutura geral recursiva: há uma primeira instância mais geral, na qual podemos, a partir dos apresentadores, identificar pessoas, espaço e tempo e há uma instância subsumida por esta, na qual, a partir dos repórteres, configuram-se outras pessoas, espaços e tempos. Na análise, é preciso, segundo Fechine (2008, p. 3), levar em conta tal configuração:

Do ponto de vista enunciativo, o telejornal pode ser tratado como um enunciado englobante, (o noticiário como um todo) que resulta da articulação, por meio de um ou mais apresentadores, de um conjunto de outros enunciados englobados (as notícias) que, embora autônomos, mantêm uma interdependência.

A autora lembra ainda que, em função dessa estrutura recursiva do telejornal, o apresentador não se constitui no único actante (pessoa) desse macro enunciado que é o telejornal. Todo o telejornal se organiza a partir da delegação de voz que um narrador principal (apresentador), explicitamente instaurado no enunciado englobante, confere a outros narradores secundários (repórteres, comentaristas, convidados), definidos no nível dos enunciados englobados. A partir desse papel enunciativo, constroem-se distintas configurações do apresentador no telejornal, uma vez que o efeito de maior ou menor autonomia em relação aos conteúdos que profere depende, como veremos mais adiante, do modo como esse sujeito enunciador se manifesta no enunciado.

4.1 Papéis enunciativos

Em se tratando de posições actanciais e denominando o sujeito enunciador de *broadcaster*, o apresentador, no nível enunciativo, e que pode ser visto na tela, corresponde ao narrador. Com relação à estruturação do telejornal na delegação de vozes, Fechine (2009, p. 05) faz a seguinte ressalva:

Trata-se, em outras palavras, da delegação de voz de um ator da enunciação a outro. Empiricamente, o modo mais freqüente de se estabelecer no telejornal essa delegação de voz é a convocação pelo apresentador de um repórter ao qual cabe o relato dos fatos.

Machado (2005, p. 104) ressalta que “o telejornal é, antes de mais nada, o lugar onde se dão atos de enunciação a respeito dos eventos”. Os sujeitos que falam sucedem-se, revezam-se e se contrapõem uns aos outros, exercendo atos de fala que são colocados claramente como sendo seus discursos em relação aos fatos relatados. Fiske (*apud*, MACHADO, 2005, p. 104) complementa:

O telejornal é uma montagem de vozes, muitas delas contraditórias, e sua estrutura não é suficientemente poderosa para ditar a qual voz nós devemos prestar mais atenção, ou qual delas deve ser usada como moldura para, através dela, entender o resto.

Para Fechine (2008) é possível dizer que na organização discursiva do telejornal, a delegação de voz assume uma função de procedimento básico para o estabelecimento dos diversos níveis enunciativos, já que é em torno dos actantes delegados (eus desdobrados do eu-apresentador) que são definidos novos tempos e espaços através de estratégias recursivas de deslocamento. Segundo Fechine, (2008), as estratégias enunciativas se definem por uma delegação ou não de voz: “se o eu-apresentador não promovesse, ao longo do telejornal, nenhuma delegação de voz, todas as relações temporais se resumiriam simplesmente a

concomitâncias e não concomitâncias entre conteúdo por ele enunciado e o momento da sua enunciação”.

Fechine (2008, p. 5) complementa ao afirmar que:

A ancoragem permite que, ao serem postas em relação, uma grandeza funcione como referência da outra. É precisamente nessa acepção que utilizamos o termo aqui: o apresentador funciona como uma ‘âncora’ semiótica na definição do papel de cada um dos outros participantes do telejornal (repórteres, comentaristas, convidados etc). Essa ancoragem é necessária porque, considerada isoladamente, cada reportagem constrói um dispositivo enunciativo semelhante ao do telejornal como um todo (constrói um outro narrador-repórter que, por sua vez, dá ‘voz’ a outros atores da enunciação), criando assim a necessidade de retorno à instância englobante a cada delegação efetivada no nível englobado.

No nível enunciativo especificamente falando, o narrador do telejornal, que corresponde à figura do apresentador, se apresenta sob duas formas, pelo que a bibliografia na área aponta até hoje: uma onde opera como um ‘intermediário’ entre os diversos atores da enunciação envolvidos. Funciona como uma espécie de ‘porta-voz’. Não lhe cabe tecer comentários ou tirar conclusões; em outra situação, ele atua como alguém que tem voz própria, o ‘dono da voz’. Seria um “eu” real no sentido de emitir opinião com relativa autonomia, diferente da primeira situação, onde a autonomia praticamente inexistente. Mas nessa análise, não nos interessa essa rotina de produção, em que consiste ou não na autonomia jornalística. Cabe aqui uma reflexão sobre o papel enunciativo construído a partir dessas formas.

No primeiro papel enunciativo, o narrador jamais faz referência ao seu próprio papel, a si ou a quem ele venha representar. As falas não são explícitas; pelo contrário, são produzidas em articulação com uma linguagem impessoal e coletiva, onde quanto mais implícita for a origem, melhor será. Segundo Fechine (2008):

O apresentador é um delegado imediato do sujeito enunciativo que se manifesta explicitamente no enunciado (sua figurativização), mas ao qual não se pode atribuir o ponto de vista do discurso. Há aqui, portanto, uma clara distinção entre este comunicador em particular (um “eu” individual) e

seu papel público, o de representante ou “porta-voz” de um *broadcaster* (o que o define do ponto de vista discursivo, como um “não-eu”).

Nessa configuração, mesmo com o apresentador se dirigindo ao público diretamente, não toma o discurso como sendo seu. As intervenções verbais são, normalmente, construídas na terceira pessoa e raras, são às vezes, em que se demonstra valoração pessoal vindos de sistemas semióticos, como tom da voz, gestos e expressões faciais.

No segundo modelo de papel enunciativo, o apresentador assume uma outra perspectiva. Nesse formato, há uma produção de efeito de autonomia do apresentador diante da equipe do telejornal e até mesmo da emissora. Para o enunciador, é como se estivesse diante de um jornalista que fala o que quer ou pensa. A tentativa nesse caso é de produzir um efeito de sentido do dono da voz, um narrador que assume o conteúdo enunciado como sendo de sua autoria. É como se fosse um “eu” que diz “eu”, diferente do modelo anterior, onde o “eu”, atua como um “não-eu”. Nessa instância, a voz do apresentador costuma sobrepor às demais instauradas na enunciação. Produz-se nesse caso, portanto, um modelo de maior empatia com o público, pois o mesmo é mais pessoal. Segundo Fechine (2008, p. 07), “trata-se aqui, em outros termos, de uma espécie de efeito de indistinção entre os atores instalados nas instâncias do enunciado e da enunciação”. Ela complementa ao afirmar:

Diluem-se, assim, os limites entre uma e outra função/posição actancial e já não se distingue mais exatamente quem “fala” quando o apresentador do telejornal se dirige ao espectador: se um *eu*, que figurativiza no enunciado um actante coletivo da enunciação (o *broadcaster*) pela sua simples presença, ou um “eu” individual que agora fala também aparentemente por si (o jornalista “x” ou “y”).

Mas entendemos que há, entre essas configurações enunciativas polarizadas, comportamentos e estilos intermediários capazes de instituir outras posições e papeis. Da posição de apresentador que tende ao pólo de ‘porta-voz’, pode-se observar hoje o surgimento de posições intermediárias materializadas pela aparição de apresentadores que, sem deixar de exercer uma função predominantemente de intermediário dos conteúdos enunciados,

costumam, por exemplo, proferir pequenos comentários no final das reportagens, alguns de caráter mais prosaico, outros contendo juízos de valor um pouco mais explícitos.

A partir de seus papéis enunciativos e atuações, Fechine (2008) descreve quatro distintas configurações dos apresentadores: apresentador impessoal, apresentador cúmplice, apresentando crítico e apresentador comprometido. Essas configurações surgem do universo de relações sugeridos por um quadrado semiótico⁵.

O quadrado semiótico é construído a partir de uma relação de contrariedade entre termos em que um se define por oposição ao outro numa mútua pressuposição, como no caso do par categorial *Impessoal* (porta-voz) e *Cúmplice* (dono da voz), apresentado no esquema abaixo. O quadrado envolve também uma relação de contradição de uma categoria com uma outra que se define pela ausência dos seus traços. Neste caso, temos então as contradições dos termos polares superiores (não-cúmplice e não-impessoal) , das quais surgem os termos sub-contrários do esquema lógico. A construção lógica do quadrado previu também uma relação de mútua implicação ou de complementaridade entre os termos, considerando que a negação de um pode um produzir a asserção do outra. No quadrado abaixo, postular que um apresentador é não-impessoal implica em admitir como possível que ele pode vir a ser um apresentador cúmplice.

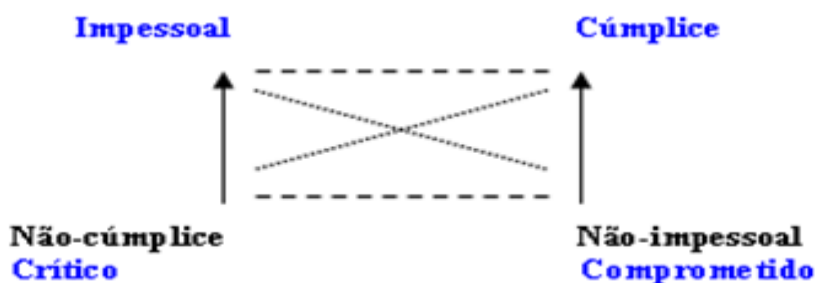


Figura 9 – Esquema apresentadores – quadrado semiótico
Fonte: Fechine, 2008

⁵ “O quadrado semiótico é uma representação visual das relações que entretêm os traços distintivos constitutivos de uma dada categoria semântica” (FLOCH, *apud*, FECHINE, 2008, p. 119).

Convenções:

Contrariedade _ _ _

Contradição

Implicação —→

No esquema proposto, o apresentador impessoal é caracterizado, entre outras coisas, pela formalidade e uma postura corporal mais tensa. Há, nesse caso, uma obediência mais evidente ao texto escrito (script), se evita as improvisações e, praticamente, qualquer tipo de comentário. Em alguns casos, não muito comuns, um gesto ou expressão, ao final de uma reportagem, pode indicar certa opinião do apresentador sobre o assunto abordado.



Figura 10 - Celso Freitas durante apresentação do Jornal da Record. Estilo de apresentador impessoal

Já o apresentador cúmplice usa o apelo afetivo e passional. Nesse caso adota-se um comportamento mais informal e uma postura corporal mais relaxada. As expressões faciais são normalmente usadas como elemento complementar ou total de comentários. A entonação tem uma frequência significativa e é comum ele demonstrar comoção ou indignação. Há,

nesse caso, uma extrema intenção de aproximação com o senso comum. A tentativa é de falar o que o cidadão comum relata no seu dia-a-dia quando se dirige a determinados comentários a cerca dos fatos mais relevantes.



Figura 11 - Luis Datena durante apresentação do *Jornal Brasil Urgente*, da Band. Estilo de apresentador cúmplice

O apresentador crítico, assim como o impessoal, utiliza mais a racionalidade do que a emoção, mas em compensação é menos formal e contido. Usa entonações de ironia discretas e é sutil nas intervenções. Busca comentários a partir de fatos concretos, com base nos conceitos jornalísticos de fundamentação dos argumentos. A postura assemelha-se ao apresentador impessoal, afinal ambos estão enquadrados numa formatação de jornal polifônico, como veremos a seguir.



Figura 12 - Ricardo Boechat, apresentador do *Jornal da Band*. Estilo de apresentador crítico

Por último, a apresentador comprometido busca empatia com o público sem exagerar nas expressões ou comentários. Esse tenta a aproximação através de comentários que se assemelham ao senso comum, a exemplo do apresentador cúmplice. No entanto, a forma de comentar é extremamente diferente do estilo citado. O apresentador comprometido usa de sutileza nas intervenções, deixando transparecer um ar de tranquilidade a quem o assiste.



Figura 13 - Evaristo Filho e Sandra Annenberg. Apresentadores (*Jornal Hoje* - TV Globo).
Estilos de apresentadores comprometidos

A partir dos conceitos aplicados ao segundo nível enunciativo, onde o apresentador é

denominado “dono da voz”, pode-se identificar entre esses os que fazem comentários isolados, mas que feitos de forma bem acentuadas, com entonações que apelam à afetividade e com posições que expressam juízos de valor, dando a entender, naquele momento, que ele é detentor total daquela opinião. Características do apresentador cúmplice. Mas como, em casos intermediários, que são verificados, não há predominância do “dono da voz”, há uma prevalência das reportagens que são exibidas sem comentários, o que deixa certa dúvida no público, pois há um questionamento óbvio em algumas não terem o comentário. Apesar desse formato, do ponto de vista enunciativo e também de rotina jornalística ser menos comum nos telejornais, vale ressaltar esse papel enunciativo que tem o apresentador, pois ao contrário dos dois primeiros papéis enunciativos, aqui não fica claro o seu papel enunciativo, podendo haver predominância ou não, no entendimento do público, de um “porta-voz” ou de um “dono da voz”.



Figura 14 - Carlos Nascimento durante apresentação *Jornal do SBT* – Edição Noite. Estilo de apresentador crítico, com papel enunciativo variável

Diante do exposto pode-se entender que quando o apresentador diz “eu” promovendo um efeito voz de autonomia, não necessariamente ele abandona a função comunicativa de “porta-voz” e exerce a de “dono da voz”. Cada caso precisa de uma análise mais concisa e

detalhada. A idéia de “dono da voz” ou “porta-voz” deve ser vista no contexto total do telejornal. É preciso verificar se há predominância desse ou daquele papel enunciativo.

4.2 Modelos de telejornais

Considerando os papéis enunciativos e as distintas configurações dos apresentadores (tipos), apresentadas anteriormente, propomos agora uma discussão sobre dois modelos básicos de telejornal propostos por Arlindo Machado (2000), tentando evidenciar as relações existentes entre essas duas formas de descrição que convergem para a construção do que se pode considerar como uma ‘identidade’ do telejornal. No primeiro modelo de telejornal descrito por Machado, o apresentador funciona como um mero intermediário entre o que é produzido pela equipe do telejornal, podendo aí incluir o seu próprio trabalho, e o público (audiência). Temos aqui o telejornal denominado por Arlindo Machado (2005) como “polifônico”. Nele, há uma tentativa de mascarar o fato de que toda produção de linguagem emana de alguém, ou de um grupo, ou de uma empresa, e que, portanto, nunca é resultado de um consenso coletivo, mas de uma postura interpretativa ‘interessada’ diante dos fatos noticiados. O relato jornalístico passa a ser trabalhado como ausente de um narrador central, dando vez a uma resposta coletiva, onde estão inseridos todos da equipe de produção e até da direção do canal. Aqui, temos um apresentador que aposta na produção de efeito de ‘objetividade’ jornalística.

Ainda segundo Machado (2005, p.108), há maneiras fáceis de identificar esse formato:

Quando o apresentador aparece como uma voz que expressa a opinião mais esparsa ou mais difusa de um corpo de redatores, quando o *staff* parece ter o mesmo peso e a mesma importância que ele na condução do relato, então estamos diante do telejornal de modelo polifônico...o apresentador é mais exatamente um condutor, em geral impessoal, cuja função principal é ler as notícias (visivelmente escritas por outros) e abrir passagens para os outros protagonistas. O enunciativador televisual, neste caso, se constrói através de um discurso indireto: o apresentador chama o repórter, que por sua vez chama o entrevistado e assim vamos encaixando uma voz dentro da outra, como no recurso lingüístico das citações.

É importante lembrar que, nesse modelo de telejornal, quando há a opinião explícita, ela jamais cabe ao apresentador e sim aos comentaristas. Há, então, uma distinção evidente entre quem capta e apresenta as notícias, no caso os jornalistas, e entre quem as interpreta, que são os analistas ou especialistas.

Ainda que o próprio Machado descreva outro modelo de telejornal, como adiante, há pesquisadores que consideram e criticam a predominância desse modelo jornalístico, enfatizando, como faz Martins (2006), que pouco se faz para mudar. Para a autora, os formatos dos telejornais parecem, de modo geral, imunes a qualquer tipo de mudança ou o que poderia ser chamado de choque jornalístico. Isso pode explicar, por exemplo, a predominância existente do modelo polifônico nas redações mundo afora, onde a suposta ‘objetividade jornalística’ tem prevalecido, sem sequer haver questionamentos à subjetividade inerente que tem cada notícia.

Porém, existe um outro tipo de apresentação, possível e com possibilidades que não, necessariamente, ferem a ética jornalística, nem comprometem a rotina de produção ou a imagem do canal. É comum, embora que em menor número, o registro de opiniões dos apresentadores após a exibição de algumas reportagens, em alguns telejornais, nas quais, de acordo com o esquema apresentado por Fachine (2002), o apresentador (narrador), o “eu enunciativo”, constroi-se como “eu” com voz própria.

Arlindo Machado (2005, p.108) denomina este modelo de “centralizado ou opinativo”. Nele, a voz do “apresentador costuma se sobrepor às matérias e às outras vozes do telejornal, emoldurando-as com o crivo de seu comentário. Vozes demasiado ruidosas ou radicais não têm espaço nessa estrutura”. É comum, nesse caso, o modelo ser chamado de “moderno” ou “pós-moderno”. Ele ainda esclarece como identificar esse modelo: “se o âncora tem poderes de decidir sobre as vozes que entram e saem, portanto de delegar voz aos outros, se ele

permanece a fonte principal de organização dos enunciados, estamos diante de um telejornal de modelo centralizado e opinativo”.

É, também, um tipo de telejornal onde pode haver uma maior preferência em virtude que existe a possibilidade de uma influência mais ativa junto à opinião pública, produzindo uma mobilização real. Ele também se baseia em mecanismos de identificação entre público e apresentador, como a simulação de indignação ou temor diante das notícias veiculadas. Parece mesmo ser, sempre, uma ‘faca de dois gumes’, pois tudo é uma questão de saber qual é a opinião que ele adota. O exemplo mais comum desse modelo é o telejornal *TJ Brasil*, do SBT, exibido de 1988 a 1997, e apresentado pelo jornalista Boris Casoy, segundo Squirra (1993), o âncora precursor no telejornalismo brasileiro.

Ainda segundo Machado (2005) não é difícil diferenciar um modelo do outro, visto que a partir do que se configura na hierarquia das diversas vozes, o poder que o apresentador vai ter em relação à delegação de vozes acaba definindo em qual padrão telejornalístico se enquadra esse ou aquele modelo. No formato polifônico, o apresentador se configura apenas como um condutor, adotando, como vimos, um comportamento que tende à maior impessoalidade e distanciamento. Nesse caso, o enunciado se construiria a partir do discurso indireto, bem oposto ao formato opinativo, no qual o âncora intermedeia o que lhe convém, ou na pior das hipóteses, o que seu poder ampara.

Na interação com a audiência, os modelos apontados podem produzir um efeito de maior ou menor aproximação entre os atores da enunciação. O modelo centralizado, por exemplo, tende a produzir um efeito de maior proximidade a partir do apelo a comportamento mais pessoal e, por isso mesmo, capaz de provocar maior empatia com o público em nome de quem os apresentadores passam, em alguns telejornais, a falar e a fazer cobranças. Logo, na instância enunciativa, já não se distingue em alguns casos, quem fala quando o apresentador

se dirige ao espectador, se um “eu” coletivo, construído no modelo polifônico, ou um “eu” individual, construído no modelo opinativo ou centralizado.

Ao estudar os quatro telejornais diários da Rede Globo de Televisão – *Jornal Nacional*, *Jornal da Globo*, *Jornal Hoje* e *Bom Dia Brasil* -, Martins (2007) analisa as estratégias adotadas para se levar informação à audiência e vemos que, entre tais programas, o modelo polifônico é predominante, com uma discreta distinção no *Jornal Hoje*, que parece funcionar como uma espécie de ‘laboratório’ na própria emissora para projetos jornalísticos inovadores, inclusive, mais na forma de levar o conteúdo, do que propriamente na maneira em que é concebido o modelo do telejornal. No *Bom Dia Brasil*, de acordo com o trabalho da autora, podemos identificar que há predominância de uma linguagem mais ágil e dinâmica, exigidas pela audiência devido ao horário de saída para o trabalho de grande parte dos telespectadores. A leveza, descontração e informalidade, que remetem um pouco ao distanciamento do modelo polifônico, parecem, nesse caso, estar mais relacionados à necessidade de adequação e produção da notícia para o horário, de acordo com o procedimento adotado pelas emissoras, do que a própria intenção de alterar a ‘objetividade’ presente nos outros telejornais da emissora, o que possibilitaria mais opiniões dos apresentadores. Mas isso não ocorre, já que os comentários e que são constantes pela forma como é construído o telejornal, são feitos por jornalistas especialistas e não pelos apresentadores, mantendo assim a propensão à impessoalidade e coletividade na origem da informação transmitida.

Mas há, entre os dois modelos de telejornais descritos por Machado (2005), formatos intermediários e que estão diretamente ligados ao papel enunciativo dos apresentadores bem como à construção de um *ethos*, que veremos no capítulo seguinte. Do mesmo modo como já vem ocorrendo com outros formatos televisivos, o telejornal também vem se modificando e sendo objeto de experimentações para se adequar à digitalização dos meios. Com a chegada

da TV digital, isso pode tornar-se ainda mais evidente, principalmente por causa da interatividade.

Porém, mesmo antes dessas possíveis mudanças na rotina de produção, a partir de novas possibilidades expressivas propiciadas pela TV digital, no campo do telejornalismo, as emissoras já vêm fazendo, há algum tempo, mudanças, algumas discretas ainda, no que se refere à apresentação dos telejornais. É cada vez mais comum em todos os estados as emissoras locais inserirem na apresentação profissionais, ora em pé andando pelo estúdio, ora sentados fazendo entrevistas, ora no meio da rua ancorando o telejornal ou mesmo fazendo uma reportagem especial. Ideias até então não pensadas, pelo menos até início dos anos 90, a performance ‘nova’, em alguns casos, veio acompanhada de alterações na forma de passar as notícias. A mobilidade do corpo acabou favorecendo a desenvoltura de expressões faciais e movimentos de braços e mãos. A isso, soma-se uma liberação, sob controle, dos assuntos e comentários que vão ao ar, permitindo assim que alguns apresentadores pudessem inserir comentários. Não se quer dizer aqui que apresentadores em bancadas não façam o mesmo tipo de comentário. Mas a verdade é que esses modelos intermediários foram surgindo sem que houvesse uma atenção mais particularizada dos estudiosos de televisão de suas configurações enunciativas.

É possível, no mesmo quadrado semiótico, pensar a articulação desses dois modelos básicos de telejornal proposto por Machado com os tipos de apresentadores que emergiram das distintas configurações enunciativas⁶. Se, como vimos antes, há uma relação de implicação mútua entre as dêixis do quadrado que nos permite, neste caso, alinhar os tipos de apresentadores dispostos no eixo à direita a um modelo de telejornal orientado pela centralização e, ao contrário, associar os dispostos no eixo à esquerda, com o modelo de telejornal de orientação polifônica. Dentro desse modelo, esses papéis podem oscilar

6

Baseado em proposição de Fechine em reuniões de orientação.

gradativamente de um pólo vertical a outro obedecendo à relação lógica de implicação. Sendo assim, no modelo de telejornal polifônico, o papel do apresentador – e consequentemente a configuração do seu *ethos*, como veremos mais adiante – seria definido pelo movimento de um pólo a outro, passando de posições extremas a intermediárias. O mesmo ocorre com o modelo centralizado no qual o papel do apresentador se desloca de um pólo, configurando, igualmente, implicações, tendências e posições graduais.

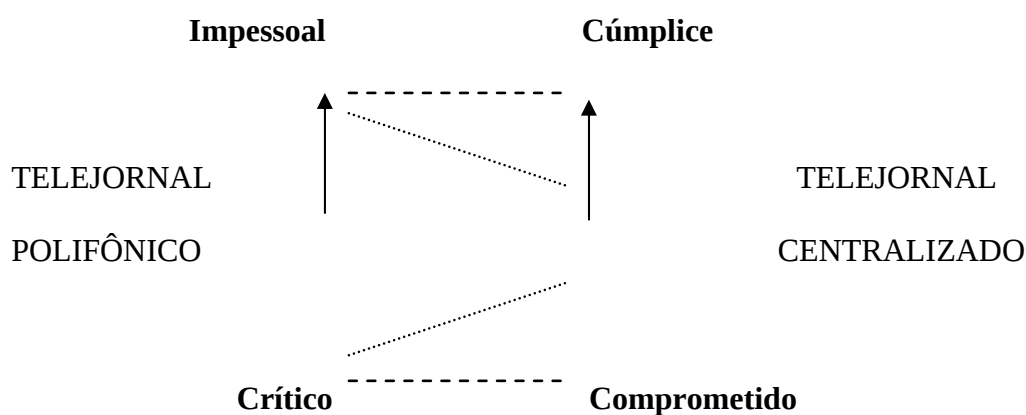


Figura 15 – Modelos de apresentador
Fonte: Fachine, 2008

Convenções:

Contrariedade _ _ _

Contradição ······

Implicação →

Os papéis enunciativos assumidos pelo apresentador, como vimos, estão diretamente implicados no modelo do telejornal. Por isso, pensar na imagem construída pelo próprio telejornal perante seu público envolve, necessariamente, investigar como o seu apresentador se constroi como ator da enunciação, figurativizando a instância de produção. Chegamos, assim, ao ponto em que o conceito de *ethos* nos ajudará a compreender melhor esse jogo de representações e essa dinâmica de determinação recíproca entre a imagem do apresentador e a imagem do telejornal. Pois se, como vimos, o apresentador é um narrador e como tal pode ser considerado como uma projeção do enunciador (fonte da enunciação) no enunciado, estudar

como o apresentador se constroi como narrador é uma etapa fundamental para compreendermos melhor como o telejornal consolida sua imagem em coerência com o modelo enunciativo adotado.

Tratar da construção desse narrador, inscrito no enunciado-telejornal, corresponde, em outros termos, à descrição do modo como o apresentador constroi sua imagem, tomando aqui como base os tipos de referência sugeridos pelo quadrado semiótico (impessoal, cúmplice, crítico, comprometido). Esses tipos se materializam a partir do *ethos* construído discursivamente. Por isso, nesse percurso, a próxima etapa exige que recuperemos o conceito de *ethos*, tal como foi tratado na retórica antiga para, depois, nos apropriarmos dele na reflexão sobre os telejornais do Rio Grande do Norte e seus apresentadores.

5 ETHOS E OS APRESENTADORES DE TELEJORNAIS

A noção de *ethos* nasce praticamente com a retórica de Aristóteles, cujo pensamento se tornou o ponto de partida e referência quando se trata deste conceito. O termo *ethos*, na antiguidade, designava a construção de uma imagem de quem proferia a palavra, adquirindo a partir desta o sucesso oratório. Mas antes de analisarmos a imagem adquirida a partir desse discurso é importante recuperar a origem dessa técnica de comunicar-se. No século V, antes de Cristo, Siracusa, capital da Sicília, uma região em que havia muitas disputas de terras, por causa da grande fertilidade do solo, acabou sendo fonte inspiradora para os primeiros teóricos e mestres da arte de se expressar: Córax e seu discípulo Tísias. O primeiro definia a retórica como a arte da persuasão; o segundo, como a arte oratória, uma arte propícia ao embate, ou a disputa discursiva como vemos hoje. Segundo Camargo (1992), Górgias e Protágoras foram os responsáveis por levar a retórica até a Grécia, sendo os filósofos conhecidos como sofistas os primeiros a ministrar as primeiras lições de retórica, em Atenas. Sócrates combateu os sofistas pelo fato de julgarem a verdade pura criação da mente humana, mutável no tempo e no espaço. A partir desses conceitos, pode-se dizer que os retóricos não nasceram como artistas, mas técnicos, que desenvolveram e, desenvolvem até hoje, o uso de uma arma importante na comunicação humana: a palavra.

O termo grego *ethos* significa personagem, e seria, então, uma imagem que o enunciador constroi de si no discurso para impressionar o receptor, ganhando, conseqüentemente, a sua confiança. Fiorin (2004, p. 134) ressalta, no entanto, que o *ethos* está diretamente ligado à adesão do enunciatário no momento do discurso.

O enunciatário não adere ao discurso apenas porque ele é apresentado como um conjunto de idéias que expressam seus possíveis interesses. Ele adere porque se identifica com um dado sujeito da enunciação, com um caráter, com um corpo, com um tom. Assim, o discurso não é apenas um conteúdo, mas também um modo de dizer, que constrói os sujeitos da enunciação. O

discurso, ao construir um enunciador, constrói também seu correlato, o enunciatário.

Aristóteles (I, 1356a, *apud*, FIORIN, 2004, p. 18), ao citar a histórica afirmação em sua *Retórica*, menciona que o *ethos* do orador é o que vai levar a credibilidade da informação:

É o *ethos* (caráter) que leva a persuasão, quando o discurso é organizado de tal maneira que o orador inspira confiança. Confiemos sem dificuldade e mais prontamente nos homens de bem, em todas as questões, mas confiamos neles, de maneira absoluta, nas questões, confusas ou que se prestam a equívocos. No entanto, é preciso que essa confiança seja resultado da força do discurso e não de uma prevenção favorável a respeito do orador.

Para Aristóteles, a persuasão não é obtida, necessariamente, quando se diz a verdade, mas quando se afirma o que parece sê-lo segundo as provas apresentadas, que não, necessariamente, precisam ser materiais, nem evidências extralingüísticas, mas construídas na cena enunciativa. O *ethos* não está, portanto, ligado ao indivíduo real, mas ao sujeito criado pelo discurso, ao ator da enunciação. Nessa análise o *ethos* é uma realidade inevitável, pois não há como enunciar algo sem produzir um *ethos*. O que se pode fazer é controlá-lo, mas não evita-lo.

Segundo Cruz Júnior (2006, p. 22), Aristóteles ensinava como alcançar o êxito na persuasão: “devem-se trilhar, simultaneamente, dois caminhos complementares: o da razão e o da emoção; ambos constituídos de provas ou argumentos que podem ser externos ou internos ao discurso”. É com Aristóteles (I, cap. II, *apud*, CAMARGO, 1992) que surge uma retórica com descrições mais precisas:

Os argumentos inerentes ao discurso são de três espécies: algumas residem no caráter moral [*ethos*] do orador; outros na disposição do auditório [*pathos*] e outros, enfim, no discurso propriamente dito [*logos*], quando este é demonstrativo ou parece sê-lo.

Pelo mesmo caminho de Aristóteles, o romano Cícero entendia que o *ethos* era uma parte integrante da construção do discurso e não dependia de qualificações sociais ou atributos morais do orador. No entanto, seria importante unir ao caráter moral a capacidade de

manejar bem a fala. Segundo Cruz Júnior (2006, p. 31), “para Cícero, a eloquência apresenta duas dimensões: uma ética, naturalmente relacionada à conduta pública do orador; e outra patética, destinada a ganhar os corações pela emoção”. Segundo ele, o *ethos* é menos verbal e mais corporal, pois a sinceridade do orador estaria sendo atestada por manifestações somáticas, como gestualidade, tom e intensidade da voz, expressões faciais etc. Para o pensador romano, três atitudes formam a estrutura do sucesso oratório: instruir, atrair, emocionar. Todos, como se observa, elementos construídos no discurso. Para Cruz Júnior (2006 p. 32), fica evidenciado como tudo é figurativizado.

A adesão do orador a determinado sistema de valores o levaria a determinada disposição tímica, a qual, diante de determinado fato da realidade (objeto do discurso), o levaria a determinada expressão corporal. O *ethos* continua a ser, de certo modo, uma construção discursiva, à medida que deve ser encenado pelo corpo, que funcionaria como testemunho de que a emoção do orador é genuína e de que ele realmente adere aos valores professados. Naturalmente, não se deve esquecer de que tudo é, afinal, uma teatralização.

Assim como Aristóteles, Cícero entendia que a retórica era caracterizada pela Tríade formada pelo orador (*ethos*), auditório (*pathos*) e discurso (*logos*), termos que serão retomados mais adiante. Segundo Cruz Júnior (2006, p. 31), “o *ethos* continua a ser considerado o elemento mais importante, porém é como se perdesse parte de sua independência, já que se busca a persuasão e não a verdade, portanto... busca-se o *crer* e não o *saber*”.

Na perspectiva de o *ethos* ser construído a partir de quem e como se fala, a retórica passa a ter papel fundamental no entendimento nessa relação. É a partir da retórica que se pode relacionar, por exemplo, o sucesso oratório com uma boa imagem construída pelo orador no momento do discurso. Segundo Meyer (2007, p. 21), as diferentes definições de retórica são classificadas em três categorias:

- (1) a retórica é uma manipulação do auditório (Platão);

(2) a retórica é a arte de bem falar (*ars bene dicendi*, de Quintiliano);

(3) a retórica é a exposição de argumentos ou de discursos que devem ou visam persuadir (Aristóteles).

Segundo Camargo (1992, p. 08), Aristóteles atribui à retórica uma função definida, que consiste na faculdade de ver, na teoria, o que, em cada situação, pode ser capaz de gerar a persuasão. Ainda segundo o autor, o filósofo grego dizia que a tarefa da retórica “não consiste em persuadir a propósito de cada questão; à retórica compete distinguir o que é, verdadeiramente, susceptível de persuadir o que é só na aparência, do mesmo modo que pertence à dialética, distinguir o silogismo verdadeiro do silogismo aparente”.

Na visão do filósofo Górgias, um dos primeiros estudiosos a criar bases teóricas para a retórica, o discurso, quando bem manipulado, poderia ter poderes miraculosos, como colocar fim ao medo, acalmar a dor e criar a esperança, entre outros.

Cruz Júnior (2006) ressalta, no entanto, que nem sempre a retórica foi entendida como sendo a detentora de tamanha importância. Ele cita que para o filósofo Platão - um dos principais da então “nova disciplina” por seu caráter genérico, sem um objeto específico, com exceção da persuasão - afirmava que a retórica não poderia transmitir a ninguém o saber, construir pontes ou curar doenças. Para Platão a retórica poderia estar presente em duas situações: na justiça e na injustiça, o que se configuraria numa ciência de moral dúbia. O filósofo entendia ainda que existiam duas retóricas: a dos sofistas, que tinha como objetivo fazer o público aderir às ideias daquele que fala, sem importar a sabedoria de suas palavras; e a retórica praticada por Sócrates, que não visava apenas à persuasão, mas também a eliminar a injustiça, fazer brotar a justiça na alma dos cidadãos, além de introduzir as virtudes e, conseqüentemente, excluir os vícios. O pensador ainda entendia que existiam dois tipos de persuasão: uma que seria fundada na ciência e a outra, na crença. Seria o equivalente ao que,

em termos atuais, alguns estudiosos analisam como sendo fundadas no saber e no crer. Seria a retórica, portanto, um elemento da persuasão que faz crer e não da que faz definir o que é justo e injusto. Nessa perspectiva, Cruz Júnior (2006, p. 11) cita que “a retórica não pode ensinar a virtude, e sim, no máximo, transmitir sua crença aos que escutam. Crença que, na maioria das vezes, não é geral, nem verdadeira como a ciência, mas particular e sujeita aos interesses do orador”.

Sócrates, seguidor das idéias de Platão, que cria uma divisão da retórica, acaba evidenciando que o mais importante já não é mais o saber, e sim o crer. Nessa análise, o orador não se preocupará com a verdade, mas com o que parece ser verdadeiro. A verdade estaria mais ligada à dialética e o retórico não precisaria conhecer a verdade, mas apenas a verossimilhança, que em muito se assemelha à verdade, tem a aparência de verdade, embora não a seja. Nessa perspectiva Cruz Júnior (2006, p. 13) ressalva que em qualquer meio que se insira “a retórica afastará a verdade e a substituirá pela verossimilhança; seu fruto, a persuasão, não será, portanto, a vitória da primeira, mas a prevalência da segunda. Fato que ocorreria em todos os locais, especialmente nos tribunais”:

De fato, nos tribunais não se busca de forma alguma dizer a verdade, mas persuadir, e a persuasão pertence à verossimilhança; é a verossimilhança que devemos utilizar se desejarmos falar com arte. Há mesmo situações em que é preciso guardar e expor os fatos tal como se passaram: é quando eles são contrários à verossimilhança; é preciso, então, reduzi-los ao verossímil [...]. Enfim, em geral, o orador deve ater-se ao verossímil e esquecer o verdadeiro. Verossimilhança sustentada do início ao fim do discurso, eis no que consiste toda a arte oratória (FEDRO, *apud*, CRUZ JÚNIOR, 2006, p. 13).

Ainda para Platão, o retórico seria uma espécie de ignorante, que, se valendo de engodos, estaria mais habilitado a convencer outros ignorantes do que propriamente os verdadeiros sábios, se por acaso estes se propusessem a tal procedimento. Cruz Júnior (2006) cita que o pensamento do filósofo é bem claro ao definir o que é o pensamento filosófico e retórico em relação ao discurso e que, a partir desse foco as ciências da linguagem vão

entender que o objeto não é mais a realidade, a verdade, mas um simulacro construído pela linguagem e que as evidências podem ser mais ou menos empíricas, mas sempre subordinadas ao discurso.

Para Platão, a verdade e a verossimilhança encontram-se frequentemente em campos opostos, o mesmo ocorrendo entre aqueles que trabalham com a primeira (os filósofos) e que buscam o conhecimento (o saber-ser) e aqueles que lidam com a verossimilhança (os retóricos), cuja ambição é a persuasão ou o fazer-fazer. Platão provoca, desse modo, talvez o maior cisma epistemológico da história. (CRUZ JÚNIOR, 2006, p. 13).

Levando em conta as postulações de Platão e Aristóteles, Cruz Júnior (2006, p. 21) promove uma interessante atualização desses argumentos opostos ao destacar a afirmação de Barthes em que diz ser “a *Retórica* de Aristóteles apropriada à cultura de massa, pois busca o que é próprio para convencer cada indivíduo em cada situação”. Cruz Júnior (2006, p. 21) complementa: “o que Platão excluía, ou mesmo bania, de sua retórica, Aristóteles considerava o cerne da discussão: onde Platão procurava a verdade e rejeitava a verossimilhança, Aristóteles busca esta e despreza aquela, talvez por considerá-la inacessível”.

Se a retórica aristotélica assume como objeto a busca do convencimento e não da verdade, parece natural seu foco nas *estratégias*, de tal modo que esta acaba por se configurar como a faculdade de observar os meios de persuadir em cada caso. Para Aristóteles, existiam três espécies em que o orador poderia praticar: uma consistindo na capacidade de persuadir, um dom individual do próprio orador; outra no poder de despertar emoções no auditório, apelando para o sentimento; e, por último, a prova, ou o conjuntos de provas reais ou aparentes. Para o filósofo grego a retórica era uma questão de discurso, de linguagem. Concebida nesses termos, a retórica foi recuperada pela semiótica a partir do exame da enunciação, instância na qual se instauram as pessoas do discurso.

Fiorin (2004, p. 18) destaca que o *ethos* está explícito nas marcas da enunciação deixadas pelo enunciado. É, portanto, a análise de um sujeito construído pelo discurso, não

sendo coerente inseri-lo numa subjetividade. Para ele “o *ethos* é uma imagem do autor, não é o autor real; é um autor discursivo, um autor implícito”. Quando se fala em *ethos* do enunciador fala-se, portanto, de um ator, e não em actante da enunciação, logo a análise do *ethos* do enunciador é a análise do ator da enunciação. Segundo Cruz Júnior (2008, p. 38), “o ator da enunciação terá seu caráter, seu *ethos*, definido em função do percurso que executa, da estratégia adotada para dizer, e não do que diz efetivamente”. A construção desse *ethos* envolve diversas pesquisas que remetem diretamente ao estudo da construção da imagem de si que faz o orador no momento do discurso. Amossy (2008, p. 09) ressalta:

Todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si. Para tanto, não é necessário que o locutor faça seu auto-retrato, detalhe suas qualidades nem mesmo que fale explicitamente de si. Seu estilo, suas competências lingüísticas e enciclopédias, suas crenças implícitas são suficientes para construir uma representação de sua pessoa. Assim, deliberadamente ou não, o locutor efetua em seu discurso uma apresentação de si.

Barthes (1970, *apud*, AMOSSY, 2008, p. 10) define o *ethos* como “os traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importando sua sinceridade) para causar boa impressão: é o seu jeito... O orador enuncia uma informação e ao mesmo tempo diz: sou isto, não sou aquilo”. O que faz retomar a idéia de Aristóteles, que afirmava na *Retórica*: “É ao caráter moral que o discurso deve, eu diria, quase todo seu poder de persuasão”. Nessa perspectiva, a construção de uma imagem de si, peça principal da máquina retórica, está fortemente ligada à enunciação, que como forma de discurso, instaura duas situações, igualmente necessárias: uma origem e outra destino da enunciação.

Aristóteles (II, 1378a, *apud*, FORIN, 2004, p. 19) relembra que, em sua *Retórica*, elenca quais as razões que o orador precisa ter para inspirar confiança:

Há três coisas que inspiram confiança no orador, porque há três razões que nos levam à convicção, independentemente das demonstrações. São o bom senso, a prudência, a sabedoria prática (*phrónesis*), a virtude (*Arete*) e benevolência (*eunóia*). Por causa da falta de bom senso, podem não exprimir uma opinião correta; por causa de sua malvadeza podem, mesmo pensando

bem, não expressar aquilo que pensam; mesmo conhecendo a melhor solução, não aconselhá-la. Não há nenhum outro caso

Sendo assim, segundo Fiorin (2004), o *ethos* baseado na *phrónesis* remete o orador ao bom senso, a prudência, a ponderação, indicando se ele exprime opiniões competentes e razoáveis. É um tipo de orador que usa a sensatez, a ponderação e exerce sua persuasão muito mais com os recursos argumentativos; o *ethos* baseado na *areté* remete à virtude, podendo ser entendida como coragem, sinceridade e justiça. Isso reporta a um orador que se manifesta como alguém simples, sincero e franco ao expor seus pontos de vista. É visto como desbocado, franco, que intimida e exerce seu convencimento sobre o público baseado na emoção; por último, o *ethos* baseado na *eunóia* remete à benevolência e à solidariedade, tudo relacionado às demonstrações de simpatia do orador pelo auditório. É visto como solidário e benevolente, conquistando o público por meio da simpatia.

No entanto, todas essas qualificações que o público faz do orador, no momento em que ele desempenha uma performance, depende do ponto de vista de quem observa. Mas segundo Fiorin (1989), esses julgamentos não são individuais, mas sociais. Dependem, portanto, dos valores que os homens exercem nas relações com os outros. Ainda segundo o autor, na nossa sociedade o que pauta a vida dos homens nessas relações é uma lógica da gradualidade, em que nela é considerado disfórico o excesso, no caso um pólo positivo e, eufórico, a insuficiência, aqui vista como pólo negativo. “A qualidade da ação positivamente valorizada deve ser neutra em relação aos pólos categoriais: nem positiva nem negativa, nem excesso nem insuficiência. A neutralidade (justa medida) preside à aspectualização dos comportamentos sociais” (FIORIN, 1989, p. 350). Baseado nessas postulações o autor designa alguns desses termos que são pautados na vida cotidiana, na valoração social, ou seja, quando se analisa o que é comportamento excessivo, comportamento insuficiente e a justa medida.

Excesso	Justa Medida	Insuficiência
Avarento	Econômico	Perdulário
Ambicioso	Desprendido	Desinteressado
Curioso	Discreto	Indiferente
Arrogante	Humilde	Subserviente
Brutal	Gentil	Servil
Severo	Justo	Indulgente, complacente
Duro	Firme	Mole
Rude	Sincero	Adulador
Presunçoso	Modesto	Carente de amor próprio
Exagerado	Moderado	Deficiente
Temerário	Prudente	Medroso

Quadro 1 – Qualificações da performance de quem fala
Fonte: FIORIN, 1989

Todas essas categorias relacionadas por Fiorin no quadro acima são importantes referências quando nos propomos a pensar a construção do *ethos* do enunciador, seja no âmbito das interações pessoais, no qual foi pensada originalmente a retórica, seja no âmbito das interações midiaticizadas, como ocorre com o telejornal. Voltaremos a isso mais adiante.

Em qualquer que seja o âmbito no qual se realize a performance do ator da enunciação – ou seja, sua atuação – não podemos escapar, no entanto, da construção de uma imagem perante o público. É importante, por isso, insistirmos nesse ponto, recuperando agora o pensamento de Aristóteles (*apud*, MAINGUENEAU, 2008, p.13), ao citar que os diferentes caracteres que o orador pode encontrar em um auditório, cabendo a ele escolher as diferentes paixões que deverá suscitar. E complementa ao afirmar que a persuasão não se cria se o auditório não puder “ver no orador um homem que tem o mesmo *ethos* que ele: persuadir constituirá em fazer passar pelo discurso um *ethos* característico do auditório, para lhe dar a impressão de que é um dos seus que ali está”.

Maingueneau (2008), que trata da concepção do *ethos* num quadro da análise do discurso, enfatiza que o *ethos* não age no primeiro plano, mas de maneira lateral e o mesmo

implica em uma experiência sensível do discurso e que mobiliza a afetividade do destinatário. Ele também analisa como o termo foi tratado ao longo da história e como isso vem a ser importante para os estudos atuais. Cita, por exemplo, que o *ethos* retórico, em determinadas situações, foi apresentado tão eficaz como o *logos*, às vezes até mais eficaz do que propriamente o discurso. O inteligível e o sensível, o ser e o parecer, acabaram sendo semelhantes em alguns momentos e em outros, os primeiros sendo superados pelos segundos. Ele enfatiza também que mesmo analisando só o *ethos* aristotélico, é possível ver diferentes concepções e os objetos recebem tratamentos diferenciados. Em alguns casos ele é característico de um grupo, como na *Política*; Já na *Retórica*, o *ethos* não tem sentido estável e não se reduz ao *ethos* discursivo. Ele complementa ao mencionar a posição que o *ethos* adquire no discurso:

O *ethos* é uma noção discursiva, ele se constrói através do discurso, não é uma “imagem” do locutor exterior a sua fala; o *ethos* é fundamentalmente um processo interativo de influência sobre o outro; é uma noção fundamentalmente híbrida (sócio-discursiva), um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, integrada ela mesma numa determinada conjuntura sócio-histórica. (MAINGUENEAU, 2008, p. 17)

Ele diz ainda que “o *ethos* - traduzido em português, mais frequentemente, de maneira bastante infeliz, por ‘caráter’”- está ligado à enunciação, não a um saber extradiscursivo sobre o enunciador e em termos mais pragmáticos, se diria que o *ethos* se desdobra no registro do mostrado e, eventualmente, no do dito.

Maingueneau (*apud*, EGGS, 2008, p. 31), enfatiza:

O que o orador pretende ser, ele o dá a entender e mostra; não diz que é simples ou honesto, mostra-o por sua maneira de se exprimir. O *ethos* está, dessa maneira, vinculado ao exercício da palavra, ao papel que corresponde a seu discurso, e não ao indivíduo “real”, (apreendido) independentemente de seu desempenho oratório: é portanto o sujeito da enunciação uma vez que enuncia que está em jogo.

Ele complementa afirmando que a eficácia do orador decorre do fato de que envolve de alguma forma a enunciação sem ser explicitado no enunciado. Para Maingueneau (2008), no entanto, se o *ethos* está ligado ao ato de enunciação, é lógico que não se pode ignorar que o público constrói representações do *ethos* do enunciador antes mesmo que ele fale. É, nessa situação, que o autor chama a atenção para a diferenciação entre *ethos* discursivo e *ethos* pré-discursivo ou *ethos* prévio.

Com a proposição dessas duas instâncias, o *ethos* discursivo e o *ethos* prévio, Maingueneau acomoda duas posições contrárias, observadas na Retórica antiga: de um lado, Aristóteles e Cícero, dos quais já tratamos até aqui, de outro, Isócrates e Quintiliano, cujo pensamento trataremos na sequência. Aos dois primeiros se podem tributar os estudos que enfatizam um *ethos* discursivo, construído a partir apenas do que é dito. Aos dois últimos, se podem associar os estudos atuais do *ethos* pré-discursivo ou prévio, cuja ênfase recai sobre os elementos externos ao discurso, possibilitando uma imagem preexistente, fundamentais na formação da imagem do orador por parte do público. Privilegiamos, aqui, a abordagem discursiva, herdeira da retórica aristotélica, por razões que ficarão claras mais adiante, mas não podemos desconhecer, no entanto, a importância da articulação dessas duas perspectivas, o que exige a apresentação das idéias fundadoras de Isócrates e Quintiliano.

Para Isócrates e Quintiliano, o *ethos* era, sobretudo, o resultado da imagem pública que o orador construía por fatores externos ao discurso. Sua abordagem da retórica privilegiava aspectos morais e sociais do *ethos*, entendendo que a imagem pública do orador seria o melhor argumento para imprimir autoridade ao discurso. A fama do orador daria respaldo e seria decisiva na formação da imagem que vinha junto com o discurso. Para Isócrates, o homem de prestígio convence com mais facilidade do que o desconhecido. Quintiliano ensinava que o *ethos* seria resultado da conjugação desses atributos morais, como coragem, honra e integridade, com qualidades discursivas, como eloquência e saber. Ele

afirmava ainda que o orador deveria ser bom, sábio e perfeito, não só nos costumes, mas também na ciência e na aptidão para falar.

Com relação à retórica, Quintiliano dizia que ela vai sempre estar ligada à criatividade, se valendo de uma linguagem elevada e que cria expectativa positiva no público, seduzindo-o, além de citar que o *ethos* do orador é elemento central na persuasão do ouvinte, sendo fundamental a relação caráter/discurso, onde o primeiro torna digno o orador e, o segundo, permite-se uma comunicação original, clara e elegante. Ainda para Isócrates, o discurso que conseguir a união de elegância, originalidade e clareza distinguirá o enunciador, no caso o orador. Ele complementa ao dizer que o discurso deve ser, antes de belo, agradável aos ouvidos, harmoniosos. Isócrates, ao contrário de Platão, vê na linguagem um instrumento não para alcançar a verdade, mas para permitir ao orador tornar-se diferente em relação aos seus pares. Historicamente, considera-se que com esse pensamento, o filósofo, involuntariamente, tenha contribuído para que a retórica perdesse sua força argumentativa e se inserisse como uma estratégia mais ligada à “ornamentação” da fala.

É importante lembrar aqui que, na retórica aristotélica, o *ethos* não é considerado como um resultado direto da imagem pública do orador, mas sim de sua fala. As qualidades do orador e do discurso, como defendiam Isócrates, também andam juntas, só que, para Aristóteles, o bom discurso é que constrói o bom orador e não o contrário. Nesse sentido, o que parece, de fato, importar, é, como vimos, o *crer* e não o *saber*, pois o que se busca é a persuasão e não, necessariamente, a verdade.

Filiado à corrente de pensamento herdeiro das idéias de Isócrates e Quintiliano, Bourdieu (*apud*, AMOSSY, 2008) ressalva que a ação exercida pelo orador diante da platéia não é de ordem languageira, mas social. A autoridade do orador não depende da imagem de si produzida no discurso, mas na sua posição social e nas possibilidades de legitimidade da palavra.

Para Bourdieu, o poder das palavras tem como origem uma adequação da função social do locutor com seu discurso, um discurso que não pode ter autoridade se não for enunciado pela pessoa legitimada a pronunciá-lo em uma situação legítima e, portanto, diante de receptores legítimos. Nesse caso, o *ethos* ainda ocupa lugar determinante, mas nada relacionado com a construção discursiva, e sim com a autoridade de voz que tem o locutor. Seria uma sobreposição do *ethos* pré-discursivo ou prévio, como já vimos, sobre o *ethos* discursivo. Como ressalta Bourdieu (*apud*, AMOSSY, 2008, p. 121), “a eficácia da palavra só se efetiva quando aquele que a sofre reconhece aquele que a exerce como capacitado a exercê-la”. Ainda complementa: “a eficácia da palavra não depende do que ela enuncia, mas daquele que a enuncia e do poder do qual ele está investido aos olhos do público”. Ideia reforçada no pensamento de Bourdieu (*apud*, AMOSSY, 2008, p. 121):

A especificidade do discurso de autoridade (aula, sermão etc.) reside no fato de que sua compreensão não é suficiente (ele pode até mesmo, em certos casos, não ser compreendido e mesmo assim manter seu poder), e de que a efetivação de seu efeito específico depende de ele ser reconhecido como tal. Esse reconhecimento – acompanhado ou não da compreensão – só acontece, uma vez que é evidente, sob certas condições, as que definem o uso legítimo.

Cruz Júnior (2006, p. 38) ressalta, no entanto, a ideia de complementaridade entre essas duas instâncias, o *ethos* discursivo e o *ethos* institucional, quando se trata da construção do *ethos* pelo orador e, conseqüentemente, da eficácia do discurso.

A imagem preliminar do orador será confirmada ou negada no discurso proferido, pois aquele que usa a palavra se valerá da tensão existente entre sua imagem prévia e a criada por seu discurso para convencer o auditório: quem busca chocar o público poderá construir um discurso que colocará em oposição o *ethos* institucional e o discursivo; quem não desejar fazê-lo procurará confirmar em seu discurso o pré-conceito que se tem dele.

Segundo Amossy (2008), a compreensão da noção de *ethos* é retomada nos manuais de retórica da idade clássica sob a denominação de ‘caracteres oratórios’, esclarecida por estudos como os de Aron Kibedi-Varga e de Michel Le Guern. Esse último, segundo a

autora, retoma, inclusive, as teorias desenvolvidas pelas retóricas de Gilbert, nas quais se distingue a imagem produzida no discurso dos caracteres reais.

Distinguimos caracteres oratórios de caracteres reais. Isso não apresenta dificuldades, pois, quer alguém efetivamente honesto, quer seja piedoso, religioso, modesto, justo, fácil no convívio com o mundo, ou, ao contrário, quer seja corrompido, [...], aqui está o que chamamos caracteres reais. Mas um homem parecer isso ou aquilo pelo discurso, isso se chama caracteres oratórios, quer ele seja tal como pareça ser, quer pareça mesmo sem o ser. Pois pode-se mostrar algo sem sê-lo; e pode-se não parecer tal, e ainda assim o ser; pois isso depende da maneira como se fala. (GILBERT, *apud*, AMOSSY, 2008, p. 18)

Ainda segundo Amossy (2008, p. 18), “a preocupação com a moral impede a dissociação clara dos dois planos distinguidos. Ela cita também que Gilbert nota que os caracteres marcados e difundidos do modo como se fala permitem que o discurso seja semelhante a um espelho que reflete o orador. A autora cita ainda a posição adotada por Le Guern em que a eficácia do discurso deriva de forma clara dos caracteres oratórios e não dos caracteres reais.

Ao citar Perelman, Amossy (2008, p.124) faz uma importante lembrança na construção da imagem do locutor e do público, ao afirmar que a interação entre o orador e o auditório se efetua por meio da imagem que um faz do outro. “É a representação que o enunciador faz do auditório, as idéias e as reações que ele apresenta, e não sua pessoa concreta, que modelam a empresa da persuasão”. E nessa abordagem é possível entender como sendo o auditório uma construção do orador, onde o discurso vai estar diretamente ligado ao que o receptor entende como aceitável. No caso do telejornalismo, poderia ser entendido como o que os profissionais e veículos presumem da audiência: sua condição econômica, social, cultural etc.

Logo, a construção discursiva do *ethos* se faz, nessa análise, ao sabor de um jogo especular, onde o orador constroi sua própria imagem em função da imagem que ele faz de seu auditório, numa espécie de ‘modelagem’ de como agir e falar. Seria uma representação do

orador confiável e competente que ele crê ser, também, as do público. Amossy (2005, p.122) distingue as duas correntes sobre os conceitos de formação do *ethos* dentro e fora do discurso: “o *ethos* dos pragmáticos, na linha de Aristóteles, constrói-se na interação verbal e é puramente interno ao discurso, enquanto o dos sociólogos se inscrevem uma troca simbólica regrada por mecanismos sociais e por posições institucionais exteriores”.

Frente às duas abordagens, podemos, por fim, alinhar a retórica aristotélica, mais preocupada com a imagem do orador *no* e *pelo* discurso, à análise dos caracteres oratórios. Contrariamente, podemos alinhar as abordagens de inspiração no grego Isócrates e no romano Quintiliano aos caracteres reais do orador. Não consideramos, como já dito, que temos aqui a configuração de posições excludentes, mas sim, complementares, podendo indicar duas distinções a partir da ênfase dada na análise a uma ou outra instância envolvida na configuração do *ethos*.

Para a análise que nos interessa aqui realizar, a partir de um olhar semiótico sobre o telejornal, é mais produtivo e pertinente observar o que designamos aqui como dos caracteres oratórios, porque só a partir destes podemos identificar o narrador ou, no caso dos apresentadores de telejornais, o ator da enunciação, que figurativiza o enunciador, como já vimos. São esses caracteres oratórios que vão permitir a eles construir uma imagem de credibilidade ou não perante o enunciatário, representado pelo público. Isso porque os caracteres reais são praticamente inacessíveis ao grande público ou até mesmo, aos pesquisadores que analisam essa imagem construída no discurso.

Entre os caracteres oratórios, chamamos a atenção para os aspectos de aparência e de linguagem verbal. Em relação aos apresentadores de telejornais, se aplica a linguagem elevada, onde, apesar de se usar uma suposta linguagem coloquial, o texto ainda carrega traços da rebuscada norma culta, o que, de certo modo, ajuda a impressionar o receptor a criar uma imagem do verdadeiro e do belo, que estaria relacionado a traços da retórica, onde é

sempre importante *fazer-parecer-ser* aplicando técnicas de aparência, que irão levar o enunciatário a ter uma imagem do que o senso comum denomina de bonito e bem apresentável.

Nessa perspectiva de construção da imagem pelos caracteres oratórios, o desafio então é buscar, no objeto analisado (no caso, os apresentadores), os elementos que configurariam tais caracteres. Para isso, é válido retomar o pensamento de Maingueneau (2008, p.72), que destaca o *ethos* sendo formado por três componentes: **o caráter**, que é o conjunto de características psíquicas reveladas pelo enunciador; **o corpo**, que é o feixe de característica física que o enunciador apresenta. Uma “corporalidade” associada a uma compleição corporal, mas também a uma forma de vestir-se e de mover-se no espaço social; **o tom**, a dimensão vocal do enunciador, desvelada pelo discurso. A vocalidade implicaria em uma determinação do corpo do enunciador (e não, bem entendido, do corpo do autor efetivo). Para ele, o *ethos* “recobre não somente a dimensão vocal, mas também o conjunto das determinações físicas e psíquicas atribuídas pelas representações coletivas à personagem do orador”. Caráter e corporalidade estariam apoiados então sobre um conjunto de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas, de estereótipos sobre os quais a enunciação se apóia e, por sua vez, contribui para reforçar ou transformar.

Para Fiorin (1996, p. 88), “o simulacro do enunciador, construído como um tom, um caráter e uma corporalidade específicos, é determinado pelas categorias fundamentais do percurso gerativo”. Ele enfatiza ainda que é preciso desenvolver uma teoria do tom associado a um certo caráter e uma certa corporalidade, que possam se manifestar na enunciação enuciada:

Os tons podem ser moderados ou agressivos, alegres ou tristes, monótonos ou vibrantes etc. Cada um deles está associado a um feixe de traços psicológicos que se atribui ao enunciador por sua maneira de dizer. Por sua vez, esse tom estará associado a uma imagem do corpo do enunciador, que não estará representada para o olhar do enunciado, mas que se percebe no modo de dizer. Esse corpo veste-se de uma dada maneira etc. Temos assim, o corpo jovem vestido de maneira bem moderna do enunciador

Ilustrada; o homem rude e grosseiro, com corpo enorme, da direita mais bruta; o barbudinho do PT; o corpo bem cuidado vestido com elegância clássica da nova direita etc. (FIORIN, 1996, p. 89)

No caso dos telejornais, o **tom** revela-se como o da seriedade⁷, pois ele confere os efeitos de sentido de verdade, confiabilidade e credibilidade ao que se está sendo noticiado. E a esse tom principal, outros estariam diretamente ligados, como a formalidade e a neutralidade, presentes na maioria dos noticiários. Duarte (2008, p. 09), que pesquisa quem dá o tom nos telejornais, reforça ainda que “as emissoras investem nos apresentadores pelo tom de seriedade que esses possam conferir ao programa, o que é avesso a expressões de personalidade e subjetividade que distinguiriam o apresentador”. Ela ainda acrescenta que os telejornais, em seus formatos tradicionais, focam as estratégias em torno dessa seriedade, aliado a “termos das categorias **tratamento**: formalidade vs. informalidade; **ritmo**: regularidade vs. Irregularidade; **posição**: neutralidade, distanciamento vs. Proximidade; **espessura**: superficialidade vs. profundidade”.

Nessa análise pode estar a explicação para a impessoalidade e tentativa de neutralidade presente em grande parte dos telejornais do país. A autora acrescenta que:

A seriedade, no caso dos apresentadores, tem como formas de expressão a aparência física, a postura corporal, o penteado, o vestuário, o comportamento contido, a voz pausada, o uso impecável da linguagem verbal, etc., mas ela é extensiva, vias de regra, a todos que ocupam a função de apresentadores de telejornal. (DUARTE, 2008, p. 09)

No entanto, Duarte destaca que, no caso dos telejornais tradicionais, as emissoras não “abrem mão” de manter o papel de enunciadora, não delegando essa função ao apresentador; Pelo contrário, o controle e manutenção do tom são mantidos, permitindo, por exemplo, substituir apresentadores, sem prejuízos ao programa e/ou veículo.

⁷

Cf. Duarte, 2008.

No que se refere a obter eficácia de quem fala ao público, como no caso dos apresentadores, a autora faz a seguinte ressalva:

Para que um ator discursivo tenha êxito na acumulação dos papéis de condutor e mediador, existe a necessidade de um outro tipo de sincretismo: aquele que faz do ator discursivo um decalque dele próprio enquanto ator social, obrigando-o a protagonizar em cena uma caricatura de si próprio enquanto ator social. (DUARTE, 2008, p. 10)

Nessa construção de imagem podemos entender um pouco os motivos da tentativa de alguns apresentadores de tentarem se aproximar do sentimento, das preferências e dos costumes populares, quebrando um pouco a frieza do jornalismo ‘objetivo’, que teoriza a neutralidade, não da informação apenas, o que é fundamental no jornalismo, mas, sobretudo, da linguagem não-verbal, onde gestos e expressões são rigorosamente controlados do ponto de vista técnico e editorial. Ela ainda ressalta que os telejornais cercam-se de estratégias discursivas e mecanismos expressivos que atestem “os efeitos de sentido de verdade, autenticidade, credibilidade de que carecem”. Entendemos que, assim, os telejornais adquirem o que pretendem no que se refere a dar credibilidade à notícia, no entanto, perdem em sintonia com o público, que, na maioria das vezes, cada vez mais, esperam uma identificação com o emissor da notícia, figurativizado no telejornal pelo apresentador, quer seja pela linguagem mais informal, quer seja por gestos e expressões mais espontâneas. Fechine (2008) ressalta que na nova configuração enunciativa cresce a importância da construção do apresentador como sendo um personagem criado a partir da própria representação.

Na análise dos apresentadores de telejornais podemos comparar estudos que tratam dos aspectos discursivos e de imagem externa desses atores da enunciação. Pouco se tem analisado, entretanto, o poder que eles têm, enquanto representantes de grandes veículos de comunicação, o que estaria, de certo modo, numa outra perspectiva, já que nesse caso, não se evidenciam os discursos verbal e não-verbal, nem a imagem social que ele carrega, mas

sobretudo o poder do veículo que o mesmo trabalha. Mas aqui, volta-se a análise específica nos fatores intradiscursivos como sendo detentores, em maior potencial, de nos revelar como é construída a imagem dos apresentadores de telejornais.

A partir dos anos 90, como cita Fachine (2008), a construção dessa imagem passa não só pelos papéis, mas sobretudo pelas posturas e perfis dos apresentadores de telejornal. E esse novo perfil acaba envolvendo constante tensão entre a ‘objetividade’ e imparcialidade jornalística e a glamorização. Era comum até então as empresas jornalísticas “preservarem” a imagem dos apresentadores desde a época dos antigos locutores de notícia, para que o conceito sobre os mesmos fosse formado pelo público apenas pelo que se via no vídeo.

Como constata Hagen e Machado, (2006, p.02), hoje, no entanto, acontece o contrário: os apresentadores do famoso *Jornal Nacional* (JN), William Bonner e Fátima Bernardes, chegam a ser tratados na mídia como “míticas estrelas hollywoodianas dos anos dourados do *Star System*”. Em outra citação, Machado e Hagen (2006) afirmam que o simples fato de o casal levar os filhos trigêmeos ao cinema, ou a supermercado, assume uma importância sem limites. A imagem de casal perfeito e com hábitos familiares aceitos e incorporados socialmente ajuda na construção da imagem dos dois, que, diariamente, falam para mais de 40 milhões de telespectadores que não mais se limitam a ver o casal apenas no momento do noticiário. Eles também colhem informações da vida “pessoal” através de outros meios, como jornais, internet e revistas. O casal de apresentadores também costuma aparecer em outros programas da Globo, a exemplo do *Domingão do Faustão*, um dos mais importantes programas de auditório da emissora.

Constata-se, com isso, a deliberada estratégia de personalização dos apresentadores, sobre a qual já comentamos em momento anterior deste trabalho, na qual passa a ter maior importância a articulação de elementos de construção do *ethos* externos ao enunciado-telejornal, mas não ao universo midiático de relações nos quais estes estão inseridos. Se

essa construção social da imagem dos apresentadores, quando extrapola os limites do telejornal, ocorre por outros discursos midiáticos, tal constatação só corrobora nossa posição de privilegiar o discurso posto que é nele que, contemporaneamente, circulam e se constroem representações, valores, juízos morais acerca do outros. Mesmo o espectador que não compra revistas e jornais ou tem acesso à internet, pode ter acesso a outras imagens dos apresentadores postas em circulação pela própria TV em outros momentos de sua programação, como ocorre com o casal famoso do JN.

Seja pelo telejornal, seja por outros programas ou mídias, o acesso que, hoje, temos aos apresentadores de TV é sempre o acesso a uma imagem construída discursivamente. Não precisamos, no entanto, apelar a elementos exteriores ao próprio enunciado-telejornal para construir tais imagens. Estas se cristalizam pelo nosso ‘convívio’ com o próprio telejornal e são eles mesmo que nos “instruem” sobre o modo como devemos ver seus apresentadores.

Martins (2006) destaca, por exemplo, o modo como o JN atribui sentidos de onipotência para seus apresentadores: a posição espacial dos apresentadores William Bonner e Fátima Bernardes indica, já pela disposição à bancada no cenário, suas posições hierárquicas no programa. No cenário, mesmo após a reformulação que coincidiu com a comemoração dos 40 anos do telejornal, a bancada está disposta sobre a redação, de tal modo que o espectador pode ver as pessoas trabalhando em um plano inferior sob seu comando. Ao fundo, monitores com diversas imagens e um globo terrestre na horizontal acabam conotando que os apresentadores estão com o ‘mundo’ sob seus controles. São, portanto, capazes de deixar todos ‘inteiramente’ informados com o que se passa em qualquer lugar. Todos esses elementos que não deixam de contribuir para a formação do *ethos*, pois há, por parte do público, uma idéia de segurança, de credibilidade, de que tudo que acontecer de forma extraordinária será relatado por eles. É a suposta onipotência e onipresença, não construídas sem sentido.

Martins (2006) chama atenção ainda para os aspectos de aparência dos jornalistas citados em si, como as características físicas semelhantes, cabelos escuros, lisos e curtos; pele clara e traços do rosto com olhos escuros, além dos lábios e nariz proporcionais. Tudo reforçado pelo conhecimento público de que eles são casados, o que se configura numa construção de sentidos de simbiose. A semelhança de posturas, gestos e expressões durante a apresentação reforça a formação dessa imagem. Outros aspectos relatados como os sentidos de seriedade, competência e objetividade também transparecem a partir da construção verbal da notícia, reforçados pelo tom da voz, expressão facial, postura e figurino. É bom lembrar que isso ocorre na maior parte das apresentações de telejornais.

Para Hagen (2008), o apelo a fatores de ordem emocional é um aspecto muito importante na atuação do apresentador e, por isso mesmo, parece-nos que está cada vez mais evidente na construção da sua imagem. Sem esse apelo, postula Hagen, a própria cognição dos telespectadores fica comprometida. Com o aspecto emocional incorporado à notícia, os apresentadores teriam a possibilidade de extrapolar a função jornalística. Surgiria uma nova perspectiva: os apresentadores exercendo com mais clareza os preceitos jornalísticos, evidenciando uma representação emocional forte e capaz de criar uma identificação maior com o público, fato que permitiria contrabalancear a frieza da pretensa objetividade jornalística e imparcialidade das notícias.

Ainda segundo Hagen (2008), ao buscar-se a emoção dos telespectadores se repete naturalmente o que se faz numa conversação face a face. Uma crítica que o autor cita sobre o pedido que se faz ao jornalista, para, em nome da objetividade, excluir a emoção em detrimento da ‘imparcialidade’ parece fazer sentido na medida em que não se pode conceber como sendo a emocionalidade um estado desviante, errado, antiético na apresentação da notícia. Dentro dessa perspectiva o autor complementa dizendo que é a emoção o que permite

unir assuntos, abordagens e blocos de informação tão distantes e que é tarefa dos apresentadores apertar os laços e fidelizar o público ao telejornal.

Dos cuidados com a aparência ao apelo à emoção, tudo que diz respeito à atuação (performance) do apresentador determina, assim como é determinada, pela configuração geral do próprio telejornal, sua linha editorial. O modelo de telejornal centralizado e opinativo, no qual se dá ênfase a construção do *ethos* do enunciador, parece dar sinais de que a credibilidade do apresentador já não é mais medida pela ‘objetividade e imparcialidade’ jornalísticas e sim, pela construção de um espaço de valoração e questionamento da notícia. São transformações em curso da atuação dos apresentadores e dos telejornais nesse processo de determinação recíproca em que o *ethos* por eles construídos ganha cada vez mais importância.

É importante ressaltar que aos tipos de apresentadores já aqui descritos (impessoal, cúmplice, crítico e comprometido) funcionam como configurações prototípicas a partir das quais poderemos partir para a análise dos *ethos* dos apresentadores dos telejornais comunitários do RN, nosso objeto específico de estudo, levando em conta todos os elementos configuradores de imagem pública e midiaticizada. Como se tratam de modelos (formas ideais, portanto), é pouco provável que o *ethos* construído por um determinado apresentador possa ser localizado exclusivamente em um dos pólos indicados. Parece ser possível, no entanto, indicar um alinhamento de sua performance com uma das categorizações propostas a partir de predominância de uma sobre a outra, de tal modo que possamos observar, no conjunto de suas exibições, um deslocamento de um pólo a outro, em função de coberturas jornalísticas específicas, mas sempre observando a coerência com o modelo geral do próprio telejornal.

6 A IMAGEM DOS APRESENTADORES DOS TELEJORNAIS DO RIO GRANDE DO NORTE: Análise de dados

Ao analisar o modo como se comportam os apresentadores de telejornais na faixa de horário do meio-dia, tanto através das gravações de 15 edições dos telejornais, bem como das respostas emitidas pelos profissionais envolvidos na pesquisa, verificam-se semelhanças na forma como constroem suas imagens perante o público que os assiste. Nos três telejornais da faixa de horário do meio-dia da TV Ponta Negra, TV Tropical e Inter TV Cabugi, é possível observar que na formação na construção do *ethos* dos apresentadores há um predomínio no eixo central do modelo citado por Machado (2005) como polifônico, onde o apresentador limita-se ‘apenas’ a interpretar as notícias, dando-lhes o contexto mais evidenciado do jornalismo: a suposta ‘objetividade’. Nesse modelo, ainda segundo o autor há uma tentativa de mascarar o fato de que toda produção de linguagem emana de alguém, ou de um grupo, ou de uma empresa, e que, portanto, nunca é resultado de um consenso coletivo, mas de uma postura interpretativa ‘interessada’ diante dos fatos noticiados.

No entanto, como vimos, esse modelo não constitui, hoje, um formato fechado; pelo contrário, novas possibilidades emergem a partir das próprias performances dos apresentadores, surgindo daí outros modelos que não, necessariamente, se enquadram em formato polifônico ou centralizado, segundo a denominação de Machado (2005). Observando, no entanto, os telejornais do Rio Grande do Norte à luz de tais modelos de referência, é possível constatar pela análise que tais noticiários orientam-se ainda pelos padrões do modelo chamado polifônico, embora já possamos identificar neles elementos relacionados à atuação dos apresentadores que indicam a adoção de transformações e gradações em curso.

A análise proposta neste capítulo pretende, a partir da observação de suas performances, estabelecer correspondências com os modelos propostos pelos estudos teóricos que lastreiam a presente pesquisa – Fiorin (2004), Machado (2000) e Fachine (2008),

sobretudo -, indicando elementos configuradores do *ethos* dos apresentadores do *RNTV*, *Jornal do Dia* e *Jornal da Tropical* e o modo como participam da construção de uma imagem-tipo de apresentador. A análise envolve atuação de seis apresentadores, sendo quatro deles, considerados ‘titulares’ da bancada e, outros dois, substitutos.

Teve-se como parâmetro a observação feita a partir de cinco edições de cada telejornal, no período de 03 a 21 de março de 2009. A intenção da pesquisa era coletar os dados de telejornais no período de 02 a 07 de março, mas por problemas de ordem técnica de duas das três emissoras envolvidas na pesquisa, os dias tiveram que ser alterados, de acordo com a disponibilidade dos canais em ceder o material de arquivo. Vale ressaltar que a TV Ponta Negra foi a única a entregar o material solicitado, no período desejado, ou seja, os telejornais da primeira semana de março. No entanto, não entendo haver prejuízo com a análise dos outros telejornais nas semanas subsequentes, de acordo com a proposta da pesquisa.

6.1 Jornal do Dia: TV Ponta Negra

A TV Ponta Negra foi fundada no dia 15 de março de 1987 pelo, então, senador do Rio Grande do Norte, Carlos Alberto de Sousa. A primeira Transmissão realizada foi a posse do recém eleito governador do Estado, Geraldo Melo. O Rio Grande do Norte ganhava, portanto, a primeira televisão comercial do Estado, a primeira a veicular programas e propagandas locais, sem depender das repetidoras que não exibiam os fatos locais.

Segundo o próprio site da emissora (PONTA NEGRA, 2009, informação eletrônica), “a TV Ponta Negra mudou a história da comunicação no Estado, com apenas 20 funcionários. A emissora recebeu todo o apoio da rede nacional, tornando-se uma das primeiras afiliadas do

SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) no Brasil”. Ainda segundo o site oficial (PONTA NEGRA, 2009, informação eletrônica), ao longo dos anos,

a TV Ponta Negra se caracterizou pela inovação. Com uma programação diversificada, leva entretenimento e informação aos telespectadores diariamente e desde sua fundação, assumiu importantes compromissos com seu público: a transparência, a verdade, e acima de tudo, a contribuição para o desenvolvimento do Rio Grande do Norte com ações efetivas.

Atualmente, a emissora cobre 74 municípios, abrangendo uma população aproximada de dois milhões e meio de pessoas. O Jornal do Dia, o primeiro telejornal de variedades do dia na emissora, vai ao ar de segunda a sábado, às 13h20min, com duração média de 40 minutos. São exibidas reportagens diversificadas como esporte, economia, prestação de serviços, cultura e, sobretudo, política. Um momento evidente dessa constatação é no bloco de entrevista, que toma grande parte do noticiário, cerca de 20% a 25%, geralmente tendo como convidada uma autoridade governamental ou partidária. Atualmente, a bancada do jornal do dia é dividida por dois apresentadores-jornalistas: Luis Henrique e Geórgia Nery. Nos programas analisados, que correspondem ao período de 02 a 06 de março, em apenas uma edição, a do dia 06.03, o telejornal teve apenas um apresentador no comando, no caso a jornalista Geórgia Nery. A abertura do jornal é feita com plano aberto e precedida de uma gravação que cita o nome dos dois apresentadores, o que de certo modo, personaliza-os, ajudando na identificação com o referido telejornal, o que pode se configurar uma forma, por parte da emissora, de valorizar mais esses profissionais. No momento da vinheta, a imagem mostra os dois apresentadores conversando, às vezes rindo, o que sinaliza uma idéia de informalidade, de conversa descontraída, algo que, de certo modo, tenta aproximar os profissionais do público pela semelhança de atitude das pessoas no dia-a-dia.



Figura 16 - Apresentadores descontraídos antes da abertura do telejornal



Figura 17 - Apresentadores Geórgia Nery e Luis Henrique, durante a apresentação do Jornal do Dia

Na escalada⁸, a leitura das notícias é feita de forma dinâmica e bem interpretada. O vestuário é formal, ele, de terno; ela, de roupa social. As expressões são relativamente contidas e a fala, impessoal, configurando um “eu” que se comporta, enunciativamente, como um “não-eu”. Nas chamadas de reportagens esportivas, no entanto, há sorrisos no semblante dos apresentadores.

⁸ Frases de impacto sobre os assuntos do telejornal que abrem o programa. O mesmo que manchetes.

Na edição do dia 02.03, uma segunda-feira, o apresentador Luis Henrique, logo no início do telejornal, ao falar que naquela data seria o início das aulas na rede estadual de ensino, conversa com a companheira de bancada, querendo dar a entender que ali se trata de uma conversa informal sobre o assunto. Ela completa dizendo que os professores entraram em greve. Fica claro que como há a leitura do script o ‘improviso’ inicial, na verdade, já estava desenhado. Depois da reportagem não é feito nenhum tipo de comentário, sinalizando uma idéia de objetividade na apresentação do fato. Na chamada para o intervalo são lidas duas notícias, uma sobre o imposto de renda, onde o semblante do apresentador é de muita seriedade e, em seguida, outra sobre esportes, onde se percebe claramente um esforço em deixar o clima mais ‘leve’ através de um discreto sorriso. Na volta do intervalo, na notícia que se refere à contribuição do imposto de renda, precedida de uma vinheta, o apresentador tenta fazer um comentário descontraído em cima de dizeres do senso comum, ao dizer que no Brasil o ano começa depois do carnaval e que naquele dia tinha início o prazo para declarar o imposto de renda. A reportagem é exibida e sem direito a nenhum tipo de comentário no final, ficando o apresentador limitado a ler uma nota-pé. Na sequência do telejornal, ao divulgar uma notícia do Congresso Nacional, o apresentador Luis Henrique se atrapalha ao dizer “o partido do deputado Artur Virgílio, do PSDB, do Amapá”, consertado logo em seguida por: “perdão, do Amazonas”. Um fato que pode passar ao público insegurança, se feito com frequência, mas também que pode sinalizar ‘humildade’ na construção de sua imagem junto ao público, pois fica óbvio, de imediato, que o mesmo também erra como qualquer pessoa. No último bloco dessa mesma edição, a entrevistada é a deputada federal Sandra Rosado (PSB-RN). As perguntas são bastante genéricas, abertas e feitas de forma dividida entre os dois integrantes da bancada. A impessoalidade marca a entrevista. Ao final, a apresentadora Geórgia Nery entrega um livro à entrevistada, que estende a mão e a cumprimenta. A informalidade, que é de iniciativa da entrevistada, acaba deixando no ar uma

idéia mais ‘real’ do que poderia ser um diálogo na rua. Em seguida, todos mostram um sorriso com o clima de descontração até subirem os créditos⁹.



Figura 18 - Descontração ao final da entrevista

Assim como na edição do dia 02.03, a performance das entrevistas é marcada pela formalidade e a busca da pretensa ‘objetividade’ jornalística, como na edição do dia 03.03, quando a entrevistada era a governadora do RN, Wilma de Faria, e que se seguiu em dois blocos do telejornal. Mais uma vez a formalidade só é um pouco ‘quebrada’ ao final do noticiário, quando a apresentadora entrega o anuário do RN, um livro produzido pela emissora e que contém as principais informações econômicas, políticas, sociais e culturais do Estado. Nesse momento, observam-se os sorrisos entre apresentadores e entrevistada.

Na edição do dia 04.03 foi observado, antes da abertura, no momento em que era exibida a vinheta, um maior sorriso entre os apresentadores, contextualizando uma idéia de estarem de bem com a vida, de serem bem amigos, de estarem felizes e tranquilos naquele espaço e naquele momento.

⁹ Relação de nomes usados que identifica os profissionais que trabalham no telejornal ao final do programa

Nessa edição, ao final de uma reportagem sobre a crise da saúde em Natal, que envolvia prefeitura e governo do Estado, o apresentador faz um breve (e raro) comentário após a sonora¹⁰ da governadora, que diz que a sociedade vai ficar mais satisfeita com a melhoria dos serviços de saúde. Ele diz: “é o que todos os usuários do SUS esperam”.

Em outra reportagem que tratava da venda dos ovos de páscoa, ao final da exibição, a apresentadora Geórgia Nery faz um comentário de admiração pela expectativa de aumento na comercialização do produto: “poxa”, seguida de uma expressão facial bem evidenciada e compatível com o verbal. É como se fosse um comentário das ruas, de uma conversa informal, de quem se admira quando algo é dito por um assunto que causa muita surpresa.

Em termos de vestuário, foi observado que nos dois primeiros dias o apresentador estava usando um terno de cor cinza, enquanto que no terceiro dia, azul marinho, portanto, cores discretas e que reportam a idéia de neutralidade e dão um tom de seriedade.

Segundo Duarte (2008), o tom principal de um telejornal é o da seriedade porque produz efeitos de sentido de verdade, dando confiança e credibilidade à notícia. A autora ainda complementa que a esse tom, outros tons são agregados, como a formalidade e neutralidade.

Na edição do dia seguinte também é observada uma variação de cores na roupa da apresentadora e com a predominância de cores neutras, o que acaba sintonizando com o companheiro de apresentação.

Em todas as edições analisadas não houve registros de reportagens feitas pelos apresentadores, mantendo um ‘distanciamento’ em relação aos repórteres e configurando a situação do narrador como a de um personagem central, com função bem definida. Também foram raros os erros cometidos pelos apresentadores, o que de certo modo ajuda a construir uma imagem de segurança pelo que está sendo dito pelos profissionais, o que caracteriza um

¹⁰ Termo usado para designar uma fala da entrevista

fator positivo na construção de credibilidade jornalística.

Na edição do dia 06.03, a apresentação do noticiário teve apenas Geórgia Nery. O visual da apresentadora, coincidentemente, estava diferente, com cabelo preso. É possível verificar pequenas diferenças quando da apresentação em dupla. Individualmente há, por exemplo, gestos com os dedos reforçando o texto que falava da ‘carta de alforria’ de um político do estado que deixara uma legenda e seguia para outra. A expressão é, inclusive, muito usada, no dia-a-dia entre as pessoas quando se quer explicar uma situação que merece ressalva. A escalada também é diferenciada, começando com uma notícia e depois sendo feita a chamada das reportagens que irão compor o telejornal.



Figura 19 - Apresentação individual e com visual diferente



Figura 20 - Apresentadora utilizando gestos durante informação de uma reportagem

Também é visto na bancada algo inexistente nos outros dias, no caso um computador portátil, talvez numa idéia que está só na bancada, mas que está em sintonia com o que estiver acontecendo no Estado. A entrevista, no entanto, segue o mesmo modelo adotado quando da apresentação em dupla: formal e impessoal.

O modo como é construída a cena enunciativa do telejornal colabora para essa formalidade. Os apresentadores estão dispostos em uma bancada que os coloca em posição de estaticidade. Esta imobilidade colabora para a contensão e para um certo distanciamento. Quando é permitido aos apresentadores se movimentar, a desenvoltura com que assumem tal postura contribui, ao contrário, para a produção de um efeito de informalidade, relaxamento, descontração, proximidade. O grande exemplo disso é o Globo Esporte, onde a apresentadora Glenda Kozlowski, em algumas edições chega a ficar sentada numa espécie de banquinho, além de já apresentar quase todo o programa em movimento, explorando quase todos os espaços do cenário. A atitude acaba provocando um efeito de sentido em que a idéia é descontrair, relaxar, fazer com que o telespectador sinta-se a vontade para receber as informações.

Em alguns telejornais locais de meio dia, como o *NETV*, primeira edição, da TV

Globo Nordeste, por exemplo, já se observa uma tendência à eliminação da bancada. Mas, a falta de desenvoltura dos apresentadores em sua movimentação no espaço produz, em alguns momentos, um efeito de falta de naturalidade e tensão, em vez da descontração e relaxamento observados no GE Nacional. Essa mudança foi implantada no dia 10 de março de 2009, logo após o Carnaval, o que fez pensarmos em ser uma mudança nacional da TV Globo, o que é comum na emissora quando se altera algo no cenário ou no modo de apresentar os telejornais. Mas a mudança parece ter sido uma estratégia da direção local em dar dinâmica ao telejornal. Nesse caso entendemos por dinâmica a possibilidade dos apresentadores andarem pelo cenário, sentarem em outros momentos, conversarem numa espécie de informalidade entre si, além de trazer as notícias do *Globo Esporte* local para dentro do noticiário geral, o que por si só, já sinaliza descontração quando essas são apresentadas. Mas vale a ressalva de que o objetivo em tornar os apresentadores mais ‘soltos’ e descontraídos só tem efeito real quando os profissionais apresentam performances que condizem com esse ‘relaxamento’; caso contrário parecerá que eles estão desconfortáveis e sem mobilidade ou com movimentos extremamente ‘robotizados’.

Voltando ao caso do RN, no telejornal da TV Ponta Negra, o padrão ainda é assumidamente o consolidado pelas cenas enunciativas mais convencionadas entre os telejornais, o que se justifica pelo seu alinhamento o modelo de apresentador que se porta de modo mais impessoal, ainda que com gradações. Nas edições observadas nota-se o desejo dos apresentadores em aproximar-se do público, quer seja com pequenos comentários, quer seja pelo vestuário ou até mesmo pelas expressões não-verbais. Por outro lado, há uma preocupação evidente em não assumir o discurso como seu, ou seja, a postura de ‘porta-vozes’. Como tais, eles se portam, predominantemente, como condutores, impessoais, operadores de passagens, alinhados com um *ethos* configurador do apresentador impessoal. Constata-se isso, como vimos, pela postura corporal mais tensa, marcada pela contenção

gestual e pela monotonalidade. Existe uma obediência mais estrita ao texto escrito, evitando improvisações ou exprimir emoções. Mas também há uma tentativa de busca pela empatia com o público sem assumir posições ideológicas, mas com comentários eventuais que os deslocam em direção a uma posição mais crítica, ainda que com sutileza.

Os dois apresentadores, Luis Henrique e Geórgia Nery, adotam, ainda, de modo geral, um tom que oscila entre a seriedade e a moderação. Perguntado sobre que tipo de imagem ele acha que passa ao público que assiste, o apresentador Luis Henrique é enfático: “firmeza, simpatia moderada, profissionalismo e acuidade ao perguntar”. Sobre a ideologia da empresa em que trabalha ele responde ao questionamento do uso da linguagem, no caso da retórica, se essa é feita para persuadir ou se é utilizada como elemento estético: “persuadir sim. Trabalho numa TV que pertence a um grupo político. Logo, manifestamos o que pensa o grupo”.

É possível observar ainda que existe uma formalidade na maneira de como se repassam as notícias. Essa formalidade está ligada diretamente a uma corporalidade que não se expressa apenas por meio do modo da movimentação em cena, mas também pelas características físicas dos apresentadores que seguem uma representação social do estar bem vestido, do visual bem cuidado, como cabelos bem penteados, rostos lisos e bem maquiados, além do semblante de tranquilidade, de leves sorrisos e, também, de seriedade nos momentos que convém a cada leitura de um tipo de notícia. Ao ver os apresentadores, a imagem de sutileza está presente. Em nenhum momento há uma transgressão do que se chama, tradicionalmente, de telejornal convencional, no que se refere a traços de caráter dos apresentadores. A apresentadora Geórgia Nery, ao ser abordada sobre a importância da imagem que ela tem no telejornal da emissora, complementa a idéia de que a tentativa de proximidade com o público é visível e previamente programada como estratégia de audiência:

A TV Ponta Negra prima por uma programação regional. Por isso, nós que fazemos o Jornal do Dia procuramos passar uma imagem familiar, de pessoas comuns, gente como o telespectador. Não é simplesmente um jornal lido. A dupla de apresentadores favorece uma imagem próxima do público com credibilidade e profissionalismo. (informação verbal)¹¹

Sobre o que o público acha da imagem específica dela, há o seguinte relato: “o meu objetivo é passar uma imagem de seriedade, mas sem perder a leveza e a proximidade com o público. Entrar na casa das pessoas com simplicidade e uma linguagem acessível”. E completa ao afirmar quais os fatores mais importantes que o apresentador deve ter na hora de relatar as notícias: “comunicá-la com clareza e responsabilidade passa por entender o que você está falando, vestir-se adequadamente, preparar a voz e os recursos técnicos como cenário e iluminação”.

Nos dois apresentadores, observa-se, portanto, uma preocupação em construir um *ethos* fundado na “justa medida”, tal como esta é descrita por Fiorin em capítulo anterior, realçando entre as qualidades configuradoras dessa imagem social o aspecto da moderação e discrição, a partir dos quais se movimentam entre os pólos da impessoalidade e criticidade.

6.2 Jornal da Tropical: TV Tropical

A TV Tropical de Natal foi inaugurada no dia 01 de novembro de 1987, afiliada à Rede Manchete de Televisão, pertencente ao ex-governador do Rio Grande do Norte e, atual, senador, José Agripino Maia, filho do ex-governador Tarcísio de Vasconcelos Maia. Em abril de 1998 a TV Tropical filiou-se à Rede Record de Televisão.

A mudança de cabeça de rede foi marco de mudanças em sua estrutura e programação local, até então precárias. Para acompanhar o crescimento da Rede Record, a TV Tropical investiu em equipamentos, passando a operar com o transmissor mais potente do Estado (15

¹¹ Em entrevista concedida ao autor

kW). Atualmente, possui grade de programação diversificada, incluindo jornalismo e entretenimento.

Em seguida, a emissora ampliou sua cobertura. Assim, no final de 1998, chegou à cidade de Mossoró, que ganhou um novo transmissor e uma sucursal, o que proporcionou ao povo do Oeste Potiguar mais informações locais. Continuando a expansão, em julho de 1999, o sinal da TV Tropical chegou à Região do Seridó. Atualmente, o sinal da emissora atinge mais de 80% da população norte-rio-grandense.



Figura 21 – Abrangência da TV Tropical

O Jornal da Tropical estreou em março de 2003. Na época, os apresentadores eram os jornalistas Diógenes Dantas e Geórgia Néri, que atualmente é apresentadora do *Jornal do Dia*, da concorrente TV Ponta Negra. O telejornal prioriza em suas edições assuntos políticos, de prestação de serviços e de esportes. Vai ao ar de segunda a sexta, das 13h15min às 13h45min. Neste telejornal, o esporte ganha maior visibilidade no noticiário, com um bloco inteiro dedicado ao tema, porque a emissora não dispõe de programa específico.

Na análise feita do Jornal da Tropical, de 03 a 06 de março e nos dias 09 e 10 do

mesmo mês, foram observadas as performances dos apresentadores Murilo Meireles, ‘titular’ da bancada, Heloísa Guimarães e Mariana Cremonini, substitutas da apresentadora, também ‘titular’, Ana Carla Queiroz, que estava de férias. No primeiro dia de observação, os apresentadores eram Murilo Meireles e Heloísa Guimarães, que é repórter do jornalismo da emissora e que na amostra teve aparição nesse único dia. A exemplo do *Jornal do Dia*, ficou evidente uma tentativa de passar a idéia de informalidade antes do início do telejornal, com os apresentadores conversando. A leitura na escalada é marcada pelo tom de seriedade e uma forte interpretação. O apresentador se mostra com um figurino padrão do telejornalismo tradicional: terno. No aspecto da aparência, evidências para o cabelo e a barba bem delineados. O mesmo foi observado na apresentadora, com roupa e brincos bem discretos.



Figura 22 - Apresentadores Murilo Meireles e Heloísa Guimarães

A seriedade dos apresentadores, segundo Duarte (2008, p. 9), “tem como formas de expressão a aparência física, a postura corporal, o penteado, o vestuário, o comportamento contido, a voz pausada, o uso impecável da linguagem verbal, etc”.

Nessa edição foi observada a exibição de uma reportagem sobre as chuvas em Natal, o que havia sido anunciada pelo apresentador Murilo Meireles logo no início do telejornal. Ao contrário de muitos noticiosos, verificou-se que o próprio apresentador era, também, o autor da reportagem, com direito a passagem, sendo que com roupa diferente da bancada e numa aparência menos formal. O procedimento parece não ser um caso isolado, já que a então apresentadora, Heloísa Guimarães, também chama um VT¹² sobre a greve dos professores, que ela mesma conduz a reportagem, também com aparição durante a reportagem, e com visual diferenciado. A postura não apresenta movimentos significativos, assim como durante a apresentação. Também nessa edição, Heloísa Guimarães apresenta outra reportagem, essa sobre o déficit habitacional, mas sem aparição no vídeo, apenas em OFF¹³. Nas três reportagens não se registrou qualquer tipo de comentário, mesmo os narradores tendo conferido *in loco* o desenrolar dos fatos.

Nesse telejornal, chamou a atenção o fato de os dois apresentadores terem participação no próprio telejornal com reportagens. Como assumem dois papéis enunciativos distintos no mesmo enunciado, o de narradores principais (apresentadores) e narradores secundário (repórter)¹⁴, a distinção entre eles (os papéis) parece, neste caso, chamar a atenção para a importância da cena enunciativa na construção desses distintos atores da enunciação, figurativizados pelas mesmas pessoas. Quando a cena enunciativa define-se a partir do estúdio, configura-se um *ethos* marcado por uma formalidade extrema. Quando a cena enunciativa define-se a partir de locações externas, a rua, o comportamento tende a algo mais informal.

Em alguns casos, a inserção do apresentador como repórter modifica um pouco a

¹² Termo que também designa uma reportagem

¹³ Momento em que o locutor lê a notícia sem aparecer na tela

¹⁴ Preferimos usar aqui essa terminologia, ainda que, no esquema proposto pela semiótica francesa, esse papel enunciativo possa ser designado pela denominação de “interlocutor”. O detalhamento de tal esquema exigiria, no entanto, um desvio do nosso percurso argumentativo em prol de uma distinção pouco operativo no presente contexto.

corporalidade, pois o feixe de características físicas do narrador assume uma outra perspectiva, a de um narrador fora do cenário principal, (o estúdio onde é apresentado o telejornal), com vestuário e modo de conduzir o corpo de uma outra forma, com mais movimentos e certa espontaneidade. O tom permanece o mesmo, pois ainda há a predominância da formalidade, a idéia de transmitir seriedade através do semblante mais fechado, com boa impostação da voz e interpretação cadenciada. O caráter, aqui visto como do narrador, apesar de poder parecer confuso por causa do deslocamento tendo em vista as funções de apresentador e repórter, mantém os traços de credibilidade, já que a ética não chega a ser dimensionada. Já o mesmo pensamento pode não ser aplicado ao enunciador, a emissora que desloca para momentos absolutamente distintos o mesmo profissional, que será dentro do mesmo ato (telejornal) um narrador com duas funções, o que de certo modo, pode provocar na cabeça dos telespectadores uma indefinição do que realmente faz o profissional

Há, evidentemente, uma interferência recíproca nas imagens construídas em uma outra cena enunciativa com os consequentes efeitos de sentido produzidos. A inclusão dos apresentadores como repórteres no próprio programa pode, por um lado, contribuir para a construção de dar uma idéia de ‘onipresença’, aumentando ainda mais a imagem de competência construída diante do público, bem como de ‘proximidade’ com os fatos e, consequentemente, credibilidade. É como se a notícia estivesse altamente ‘atestada’, já que é apresentada e reportada pelos mesmos profissionais. Por outro lado, essa indefinição de papéis pode provocar confusões no que diz respeito à função de mediação do apresentador, podendo implicar no risco de um ‘enfraquecimento’ da função do apresentador como âncora espaço-temporal, bem como narrador principal.

Somente com um estudo no âmbito da recepção, poderíamos dispor de elementos que nos permitissem aferir esses riscos, o que não nos impede de, a partir da nossa perspectiva de análise, problematizar esse possível conflito de papéis com suas repercussões na construção

do *ethos*. Esse risco parece pertinente porque, nas edições analisadas, o apresentador ao ler a ‘cabeça’ da reportagem na qual atua como repórter não faz qualquer menção ao fato de ser ele o repórter. Ou seja, do ponto de vista enunciativo, um ator da enunciação promove uma delegação de voz para si mesmo, sem evidenciar, nesse ato, a sua mudança de papéis. Na prática, isso corresponderia a incluir na cabeça alguma referencia ao fato dele próprio ter ido ao local para conferir ou tratar do fato/fenômeno noticiado.

Em ambos os papéis, no entanto, os apresentadores se pautam, assim como os colegas da TV Ponta Negra, pela busca da “justa medida”. No caso, porém, do apresentador Murilo Meireles, as expressões faciais ganham maior relevância, pois são capazes de revelar ao menos certas disposições em relação aos conteúdos proferidos. Porém, o texto verbal oral (a fala) de ambos é impessoal e sem nenhum tipo de comentário. A dicção é considerada bem delineada, o que transmite segurança ao noticiar. Já a postura não apresenta um formato diferenciado, sendo marcada por movimentos não-significativos. Na entrevista, a performance do apresentador é também impessoal. Usa-se a metodologia de perguntas abertas, sem o comprometimento mais crítico de quem entrevista. A formalidade marca a edição do dia, que só ao final tem um leve sorriso dos apresentadores.



Figura 23 - Apresentadores durante entrevista. Impessoalidade

Na edição do dia 04.03, Murilo Meireles dividiu a bancada com a repórter Mariana Cremonini, com quem apresentou o Jornal até o dia 10.03. Nos dois viu-se também uma busca pelo figurino padrão e discreto, assim como na entrevista ao vice-governador do Estado e secretário de Recursos Hídricos, Iberê Ferreira, onde a formalidade e impessoalidade deram o tom. Mais uma vez a bancada incluiu reportagens no telejornal, com os dois apresentadores, Murilo Meireles e Mariana Cremonini.



Figura 24 - Apresentadores Murilo Meireles e Mariana Cremonini

Mais uma vez o apresentador chama a própria reportagem que irá apresentar, nesse caso sobre crise na saúde. A roupa é bem diferenciada quando da aparição na passagem e na imagem de apoio, uma imagem dele conversando com o entrevistado, um integrante do conselho regional de medicina do Rio Grande do Norte, sem estar gravando a fala desse último. O repórter-apresentador aparece com óculos escuros, pendurado na camisa e aparentando um jeito bem esportivo. Ao final, ele se limita a ler uma nota-pé, sem tecer nenhum tipo de comentário.



Figura 25 - Apresentadora durante exibição de reportagem

Nas reportagens exibidas nos programas seguintes, ficou evidente a mudança de figurino entre o repórter e apresentador, sendo este, claro, o mesmo profissional. Isso, de certo modo, pode causar uma surpresa para o público, que vê na figura do apresentador aquele tom de formalidade com o terno e, em seguida, o vê com roupas mais informais, como camisas de mangas curtas e tênis.

Na edição do dia 05.03, o apresentador Murilo Meireles mais uma vez entra em cena com a apresentação de uma reportagem, dessa vez, de um quadro denominado profissões. O destaque é para medicina. Não há, nesse VT, aparição de vídeo do mesmo. No entanto, no mesmo telejornal, em outro bloco, lá está ele de novo, agora com direito a passagem. A reportagem trata sobre venda de carros. O que chama a atenção é que ele mesmo, da bancada, é quem chama a reportagem. Nessas aparições, o repórter-apresentador aparece sempre de modo mais informal, construindo, talvez, um outro tipo de *ethos* em relação ao público, já que se pode imaginar o profissional mais identificado com esse ou aquele modo de aparição. Nessa mesma edição ainda há espaço para uma reportagem com passagem da apresentadora-repórter, Mariana Cremonini, sobre a transposição do Rio São Francisco.



Figura 26 - Apresentador durante 'passagem' em uma reportagem

Na edição do dia 06.03, durante as passagens de blocos, verificaram-se leves sorrisos do apresentador, o que não se repetiu durante a leitura de notícias. O tom predominante é o da seriedade. No dia 09.03, a edição do Jornal da Tropical apresentou duas reportagens da apresentadora-repórter, Mariana Cremonini. Uma tratava da inauguração de uma maternidade na grande Natal; outra era sobre o avanço no mar, sendo que nessa a passagem é mostrada com a repórter descalça, na beira-mar, numa aparição bem diferente do estúdio. Na primeira, sobre a maternidade, tão logo é exibido o VT, entra um comentário do jornalista Cassiano Arruda, deixando claro que os apresentadores não comentam, há outros narradores para exercer tal função. Fica evidente nessa situação o modo como os apresentadores são enquadrados, ou seja, como figuras mediadoras de um jornalismo 'objetivo', onde a opinião cabe a outros ou mesmo a interpretação do público para cada fato.

Ainda na edição, há um deslocamento da entrevista, sendo essa feita na casa do Senador José Agripino (DEM-RN), que também é proprietário da emissora. Nota-se um certo desconforto no posicionamento de postura física durante a entrevista por parte do repórter. É como se estivesse muito estranha a condução da mesma, feita com microfone e sem a

comodidade da bancada, ou até mesmo falta de hábito do apresentador-repórter. Aqui, o figurino também é bem diferente, inclusive estando o mesmo de tênis.



Figura 27 - Apresentador durante entrevista em traje menos formal

Na última edição analisada, a do dia 10, constatou-se, mais uma vez, a inserção de reportagens pelos apresentadores. Murilo Meireles relatou um problema de água em uma comunidade da periferia. Já Mariana Cremonini fez uma reportagem sobre o imposto de renda. No final, ela mesma dá uma nota-pé, mas sem comentário.

Foi possível observar, durante os seis dias, que a maior parte das reportagens são chamadas pelo apresentador Murilo Meireles, funcionando como uma espécie de ‘âncora’ do programa. Os erros foram quase inexistentes, tendo na boa dicção e cuidado com a articulação das palavras, a marca dos três apresentadores analisados.

Nas edições analisadas, o sorriso no semblante dos apresentadores só foi verificado

em algumas passagens de bloco¹⁵, o que reforça a ideia que tem alguns apresentadores, de que o tom de seriedade deve nortear quase todo o telejornal, conferindo dessa forma, uma idéia de credibilidade perante o público. Pensamento que pode ser confirmado no que relata a apresentadora Mariana Cremonini, em entrevista ao autor:

A imagem do apresentador é importante para transmitir credibilidade a notícia. É fundamental que o apresentador tenha uma imagem agradável, que transmita seriedade e não chame mais atenção que o assunto que está sendo noticiado. Por isso, o apresentador não deve usar roupas chamativas, nem maquiagem em excesso. Aparência cansada e descontrainda demais também prejudicam o desempenho do profissional. (informação verbal)¹⁶

Pensamento que é complementado pelo apresentador Murilo Meireles quando fala sobre as estratégias na hora de transmitir as notícias: “manter uma postura e entonação de voz que transmitam tranquilidade, segurança, propriedade quanto ao que é dito”. Ele ainda destaca que é importante ter gestos comedidos, sem exageros ou movimentos rápidos de mãos, braços e cabeça, sempre mantendo uma atitude mais séria de acordo com a notícia.

Ainda sobre o tipo de imagem que eles acreditam passar ao público, a apresentadora Mariana Cremonini afirma:

Acredito que passo uma imagem séria. Quando comecei a trabalhar em TV escutei comentários ao meu respeito sobre a minha seriedade em excesso. Muitas pessoas me achavam antipática porque eu costumava aparecer sempre com a ‘cara fechada’. Com o tempo passei a trabalhar isso na minha imagem, transmitir simpatia sem perder a seriedade que a profissão e o formato dos jornais exigem. (informação verbal)¹⁷

Dentro de uma análise da enunciação a partir dos postulados de Fiorin (1996), o

¹⁵ Transição de um bloco do programa ao outro. É feito com o anúncio das próximas notícias do telejornal

¹⁶ Entrevista concedida ao autor

¹⁷ Entrevista concedida ao autor

apresentador Murilo Meireles acaba revelando uma postura de caráter em que suas atribuições são colocadas num simulacro de neutralidade. Sua postura física é dotada de uma forma que leva o enunciatário a observá-lo como alguém sério, ético, pois a corporalidade, com expressões contidas e sérias o remetem a tal impressão. Uma união que se constata ao analisar o tom do discurso, marcado pela extrema formalidade, e que chega, às vezes, a monotonia, mas que revela a dimensão vocal do enunciador, no caso a TV Tropical, claramente definida de que a objetividade deve prevalecer ao que é apresentado ao público por seus apresentadores, mesmo que a subjetividade esteja nas entrelinhas.

No questionamento feito pelo autor ao apresentador Murilo Meireles sobre a importância da imagem que ele tem no telejornal da emissora, o distanciamento parece nortear o pensamento:

Sou repórter, editor-assistente e apresentador. Mas o jornal não depende exclusivamente de mim: não vive da minha imagem ou da de qualquer outro apresentador. Posso dizer que, para isso, contribuiu uma atitude que sempre procurei manter: não comentar matérias, buscar uma imagem de isenção completa quanto ao que é mostrado. Deixar os fatos falarem por si mesmos (informação verbal)¹⁸

No entanto, o mesmo acena a uma possibilidade de executar uma tarefa, hoje, difícil de execução na emissora: “não descarto a possibilidade de vir algum dia a fazer comentários. Mas estou certo de que, para isso, devo conquistar mais respeito e confiança por parte do público, algo que leva mais tempo”.

Idéia, talvez, abolida pelo que pensa a companheira de bancada Mariana Cremonini sobre a função do apresentador de telejornal, dos chamados tradicionais: “acredito também que o apresentador deve evitar comentários que façam juízo de valor e até expressões faciais que transmitam opinião”.

Quanto à aparência desses profissionais, o terno vestido pelo apresentador, Murilo Meireles, nos programas analisados, também traz consigo a representação social de uma

¹⁸ Entrevista concedida ao autor

pessoa ‘respeitável’ e confiável, de quem, supostamente, deve-se esperar a ‘verdade’ dos fatos. A mesma análise pode ser feita às apresentadoras substitutas Heloísa Guimarães e Mariana Cremonini, mas que com um diferencial: essas já são conhecidas do público, pelo menos é o que se supõe, como repórteres e não apresentadoras. No entanto, o pensamento na concepção de caráter, corporalidade e tom, segue o mesmo formato aplicado ao apresentador Murilo Meireles. No caso da corporalidade, a apresentadora Mariana Cremonini só endossa o conceito de representação social em que para estar no vídeo a imagem deve preservar a neutralidade, a descrição e o bom senso: “evito roupas chamativas, decotes e maquiagem exagerada”.

Com apresentadores de características, predominantemente, impessoais, convém configurar ao modelo de telejornal em que estão inseridos, o polifônico, onde a hierarquia de vozes presente no telejornal não é determinada por quem está na bancada.

6.3 Jornal RN TV: Inter TV Cabugi

A primeira afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Norte foi implantada pelos irmãos jornalistas Aluizio e Agnelo Alves, no dia 1º de setembro de 1987, com o objetivo de levar a informação local, do Brasil e do mundo a todo Estado. O primeiro passo foi conseguir a concessão de uma emissora de televisão nacional. Aluizio, na época Ministro do governo do presidente José Sarney, recebeu a concessão do Sistema Brasileiro de Televisão - SBT, do comunicador Sílvio Santos. Porém, sua esposa, Ivone Alves, não gostou da ideia e pessoalmente pediu à Sarney a concessão da Rede Globo, que prontamente atendeu ao pedido inesperado. A concessão do SBT acabou ficando para o então senador Carlos Alberto de Souza, que fundou a TV Ponta Negra.

Na inauguração, em 1987, o sinal da emissora só alcançava a capital, Natal. Antes de se instalar em Natal, a capital recebia o sinal da Globo Nordeste por uma retransmissora de

Recife no canal 03 VHF, em que exibia o telejornal NE TV. No ano seguinte, chegou a Mossoró e posteriormente a muitos outros municípios do Estado. Antes da inauguração da TV Cabugi, a cidade de Mossoró recebia o sinal da Globo através de uma retransmissora da TV Verdes Mares de Fortaleza. Mossoró, por sinal, foi palco, em 2006, da primeira transmissão ao vivo do interior. Hoje, dos 167 municípios do Rio Grande do Norte, 158 recebem o sinal da Inter TV Cabugi, somando assim quase três milhões de telespectadores. Em 2005, a Cabugi foi vendida à Inter TV, uma rede de afiliadas da Globo, segundo a qual, com a aquisição da emissora, a Inter TV passou a cobrir uma área que abrange 379 municípios do País, incluindo três estados, além do Rio Grande do Norte, o Rio de Janeiro e Minas Gerais.

O telejornal RN TV 1ª. Edição foi ao ar pela primeira vez em 1987, quando a emissora chamava-se TV Cabugi. O programa teve início no ano de fundação da emissora, que desde o início, é afiliada da Rede Globo. O RN TV 1ª. Edição vai ao ar de segunda a sábado, às 12:15. A produção do programa é de 22 (vinte e dois) minutos. É levado ao ar em 04 blocos. Aborda assuntos diversificados, mas destaca-se pelos temas de prestação de serviços. Nos finais de semana, os assuntos culturais ganham um maior espaço. O cenário e vinheta seguem o padrão da emissora de rede, sendo semelhante a todas as outras afiliadas.

O telejornal já foi apresentado por dois apresentadores. Mas, atualmente, apenas o jornalista Geider Henrique Xavier é quem conduz a apresentação do programa.



Figura 28 - Apresentador Geider Henrique Xavier

As observações foram feitas nas edições dos dias 14,16,17,18 e 20 de março de 2009. O telejornal segue os padrões dos jornais da Rede Globo, à qual a emissora é afiliada, ou seja, na maioria das vezes seguindo um padrão de ‘objetividade’ jornalística. No entanto, na nossa observação, podemos notar uma leve diferenciação em relação aos demais pesquisados, já que neste é comum o apresentador fazer ligeiros comentários, bem como expressões faciais que indiquem uma relação com a reportagem exibida.

Na primeira edição analisada, na escalada, o plano de câmera era fechado, dando ênfase a expressão do apresentador e os destaques foram lidos em OFF. O vestuário é formal, penteado e maquiagem são discretos. Na condução do programa o apresentador realiza as entrevistas com formalidade e predominância da ‘objetividade’, sendo, portanto, também, um comportamento mais impessoal, mas que se desloca, em determinados momentos, para uma postura crítica.



Figura 29 - Apresentador durante abertura do RN TV



Figura 30 - Apresentador durante entrevista. Fala 'impessoal'

Nessa edição, 14.03, foi observada uma dificuldade do apresentador na leitura dos textos, havendo, em alguns momentos, atropelos de dicção, o que viria a ocorrer em outras edições.

Na entrevista com o coronel Araújo Silva, comandante do policiamento da capital, observa-se uma dificuldade em sintetizar a idéia de algumas perguntas, bem como na articulação das palavras, fato relacionado, novamente, à dicção.

No início do segundo bloco, ao iniciar a chamada de uma nota, ele erra no texto e logo em seguida, pede desculpa: “um incêndio começou... perdão. Um incêndio no começo da manhã de hoje...”. Em seguida, ao fazer um comentário sobre a situação de um problema comunitário, ele disse que se a prefeitura não chegasse os moradores poderiam fazer a parte deles, ou seja, um mutirão, alegando que a dengue era perigosa. Uma idéia, ao que parece, tirando um pouco a responsabilidade do Estado, mas que por outro lado por ser entendida como a de quem quer incentivar a cidadania através de atos colaborativos e sociais. Na sequência, ele anuncia que no próximo bloco haveria uma entrevista com o poeta Jussier Quirino, quando na verdade o artista se chama Jessier. Na hora da entrevista ele o chama corretamente, sem, no entanto, retificar o que havia falado. Durante a entrevista é possível verificar uma dificuldade de ilustrar as perguntas, passando a idéia de não-domínio do conteúdo ‘poesia nordestina’. Quando citou o conhecido poeta cearense de Assaré, disse: “Patativa **de** Assaré”, quando é de conhecimento público que é **do** e não **de**. No final, ao citar o poeta paraibano, disse: “e o Quirino”, soando estranho a alguém que é conhecido no meio artístico como, no mínimo, Jessier.

Ainda nessa edição, ao final da entrevista feita por uma repórter com a banda baiana Chicabana, o apresentador comenta: “lembrando o Carnaval aí, né?”. E antes da última entrevista, novo erro: “o grupo pernambucano...o grupo carioca, perdão, se apresenta...” A partir das postulações de Fiorin onde o autor trata da neutralidade (justa medida) como a que preside os comportamentos sociais de modo mais adequado e buscado e visto no capítulo anterior, tal performance do apresentador poderia estar ligado ao pólo que não é do exagero, nem da justa medida, mas da insuficiência.

A inserção de pequenos comentários pôde ser vista em matérias como a de uma reportagem sobre as fortes chuvas, que ele finaliza sinalizando um semblante de preocupação com a situação. O mesmo ocorreu com a reportagem de uma biblioteca, na qual, além de fazer um comentário, que a expressão deixou claro a sua intervenção opinativa; seguiram-se os pequenos comentários numa reportagem sobre orquídea e de esporte; nessa, seguiu-se de um sorriso, evidenciando uma forma clara de expressar a opinião sobre o conteúdo exibido.

Na edição seguinte, em 16 de março, a escalada já teve alterações, com as notícias sendo lidas todas com o plano fechado no apresentador, o que de certo modo ajuda a personalizar o apresentador como sendo alguém que passa seriedade e tem domínio, no caso, de tudo que está acontecendo de mais importante no Rio Grande do Norte. Também nessa edição o apresentador-jornalista fez breves comentários ao final de reportagens, bem como em outras, a simples leitura de uma nota-pé¹⁹. Nas entrevistas, sempre impessoais, os planos de abertura da câmera são intercalados entre plano aberto e mais fechado.

Após a reportagem de uma delegacia funcionando de forma precária, ele critica o poder público ao dizer que o imóvel foi construído para ser delegacia e não como mini-presídio. Num VT de comunidade, ao final ele enfatiza: “que coisa, né?”, mostrando uma certa indignação e preocupação. Em seguida, antes da entrevista da assessora técnica da secretaria de recursos hídricos, Joana D’arc Medeiros, ele comenta a reportagem sobre as fortes chuvas em uma cidade do oeste potiguar: “muita chuva né?”. Ao iniciar a entrevista ele diz: “bem-vinda ao nosso programa”. Expressão que mostra a impessoalidade da condução da entrevista e o seu papel um pouco descolado em relação a outros momentos do noticiário.

Em uma reportagem sobre insegurança, após a fala do entrevistado que diz ser constrangedor o que está passando, o apresentador completa: “é mesmo”, seguido de uma expressão de preocupação. Na entrevista que faz ao secretário estadual de administração,

¹⁹ Nota ao vivo, lida no final de uma matéria trazendo informação complementar ou que faltou à reportagem.

César Medeiros, ele tenta explicar três assuntos numa mesma pergunta e que leva, incríveis 38”, tempo considerado abusivo para uma pergunta em televisão, num telejornal de pouco tempo como é o caso desse analisado. Em seguida faz outra pergunta menor, com ‘gaguejo’ e que chega aos 26”. Nos dois momentos, reforça-se a idéia de que há, por parte do apresentador, uma dificuldade em sintetizar a pergunta.

Ainda nesse dia, na passagem de bloco ele diz: “e veja agora... e corrige em seguida, obrigatoriamente, a seguir..., sem pedir desculpas.

Na edição do dia 17.03 a leitura da escalada se mostrou mais dinâmica, sendo que a dicção, no decorrer no telejornal, apresentou mais problemas, ficando confusa devido a pouca articulação. .

Nesse dia foram várias as intervenções com pequenos comentários ao final das reportagens, como podemos ver a seguir. Na reportagem sobre um bairro sem lagoa de estabilização, ele diz no final: “sufoco né?”. Em outra reportagem, agora sobre alagamento no Bairro Felipe Camarão, em Natal, antes de ler a nota-pé com resposta das autoridades, ele ressalva: “é, e pelo jeito o problema vai continuar mais um pouco...”. Na sequência ele dá a informação oficial sobre a solução do problema e finaliza com uma expressão não-verbal feita com a sobrancelha, com ar de descrença ou de que não resta aos moradores alternativa que não seja esperar. Já no VT sobre a dengue ele comenta que o foco da dengue, às vezes, está localizado nos próprios prédios públicos. Por último nessa edição, ao entrevistar um grupo musical formado pelo pai e dois filhos, é possível detectar uma dificuldade em conduzir a entrevista principalmente pelo fato de um dos entrevistados, o menino João Vítor, ter apenas seis anos. Na pergunta que faz a criança em que indaga qual o compositor que ele mais gosta de tocar, o entrevistado rebate: “eu não sei o que é isso”, algo pertinente a uma criança nessa idade. A tentativa de sair da formalidade, diante da resposta, o deixou meio desconcertado.

Na edição do 18.03, os comentários seguem-se ao final de dois vt’s: um é sobre a

construção irregular de casas próprias em Mossoró, maior cidade do interior potiguar. Antes da nota-pé, ele dispara um comentário: “uma novela né?”; Na outra inserção com comentário, ele enfatiza após os destaques do Jornal Hoje, da Rede Globo, feitas pela apresentadora Sandra Annenberg, sobre dicas de beleza: “dica boa, né?”, seguida de um sorriso.

Indagado sobre a importância da imagem que ele constroi como apresentador, dentro do telejornal da emissora ele responde ao autor:

Acredito que cada apresentador imprime no telejornal que apresenta sua marca. Essa marca pode ser forte ou não. No meu, também sou editor do jornal, o que facilita na impressão do meu jeito de ser na apresentação dos assuntos. Procuro colocar um pouco de opinião a cada abordagem, sempre oferecendo os vários lados da notícia. (informação verbal)²⁰

Na última análise, a do dia 20.03, numa entrevista que abordava o treinamento, prevenção e socorro às vítimas das enchentes, ele troca a função do capitão Flávio Henrique dos Santos Lima. Ele o chama de subcomandante do corpo de bombeiros, quando na verdade a função é subcomandante do centro superior de formação e aperfeiçoamento. Na mesma hora ele diz: “acho que errei a patente, não foi?”, o que não foi de fato. O erro foi outro. Já próximo do fim do telejornal um outro erro, esse de dicção: “e hoje na cervetaria...(pausa) cervejaria continental...”. Nessa perspectiva fica difícil a construção de uma imagem de segurança passada ao telespectador, o que não necessariamente, pode implicar na imagem de credibilidade.

Nas escaladas das edições analisadas verificou-se sempre uma intensidade forte na interpretação e a tentativa de passar o tom de seriedade. Nos comentários feitos em algumas reportagens, o tom era sempre baixo ao final, como se numa conversa entre pessoas. Nas entrevistas algumas se tornaram longas e cansativas. A formalidade sempre norteou o rumo das mesmas, com exceção na edição do dia 20.03, um sábado, em que parece ser a proposta

do jornal mais ‘leve’, por se tratar de um final de semana. Nesse dia, ao entrevistar um artista, num outro local que não o cenário do programa, de tênis e sem terno, o apresentador demonstrou descontração e saiu de sua marca diária, que é a formalidade.



Figura 31 - Apresentador durante entrevista externa e informal

Outra marca que merece destaque no noticiário é a aparição durante a maior parte do tempo no vídeo de um computador portátil na bancada, bem próximo ao apresentador, numa espécie de simulacro de que tudo que se passar de última hora terá o registro feito por ele, afinal ele está em ‘sintonia’ com os fatos mais recentes.

Durante o período analisado foi possível observar uma leitura rápida de alguns textos, com o entendimento um pouco confuso devido à pouca articulação das palavras, que acabavam perdendo, em alguns casos, a ênfase desejada, primordial na interpretação das notícias.

No final do telejornal, no momento da exibição dos créditos, seu nome consta como, além de apresentador, editor de texto, o que caracteriza um conhecimento prévio dos assuntos abordados, bem como todo o texto do telejornal. Sendo assim, fica difícil compreender os

motivos que levam o apresentador a tantos deslizes durante a leitura no *Teleprompter*²¹ para as chamadas das reportagens ou a simples leitura de notas.

Diante do todo analisado, a incidência de erros cometidos na leitura de notícias ou durante entrevistas, remete a uma observação de que o apresentador tem uma imagem afetada pela insegurança que gera no público. O não-domínio de determinados conteúdos também ajuda a corroborar a hipótese. Fatores que são sinalizados como no pólo da insuficiência, categorizados por Fiorin, a partir da busca pela justa medida, nesse caso, quando da apresentação do telejornal.

Mas para o apresentador esses fatores não parecem refletir o que de fato acontece, pois quando questionado sobre qual a imagem que ele passa ao público que o assiste, ele enfatiza: “Pelo retorno que tenho do público, uma imagem de seriedade e simpatia. Credibilidade”.

A postura física não parece comprometer o caráter, até porque o tom é de seriedade, moderado e com uma tentativa de proximidade com o público, sobretudo nos momentos em que está comentando, já que há uma entonação decrescente, comum nas linguagens informais cotidianas. Questionado sobre quais os fatores mais importantes que o apresentador deve ficar atento quando está transmitindo as notícias, ele destaca: “deve interpretar a notícia, passar a emoção, mas com naturalidade, sem exageros. Acredito que o tom de conversa agrada quem está assistindo”. Ainda na tentativa de construir uma boa imagem perante o público ele sinaliza para o uso de um vocabulário claro e objetivo, sem cair nas expressões mais vulgares e sempre mantendo uma postura, na língua e na expressão de polidez e boa educação.

A aparência também remete a sobriedade - as representações sociais marcam o

²¹ Também conhecido como TP. É o aparelho que permite a reprodução do script sobre a câmera, facilitando a leitura do apresentador. Ele não precisa decorar o texto ou baixar os olhos para ler no papel e, portanto, olha diretamente para o telespectador.

vestuário. O terno simboliza esse profissional sério, que transmite os fatos reais e que se harmoniza com outros elementos não-verbais, como ausência de barba, cabelo bem cortado e maquiagem sutil. Há uma tentativa, no geral, de aproximação com o público através dos comentários, muitos deles oriundos do senso comum. É possível ver traços do apresentador impessoal, onde se demonstra informalidade e contenção gestual, além da obediência mais estrita ao texto (script). Há, também, postura de um apresentador crítico, que investe no racional, em detrimento ao emocional. Os comentários surgem, em entonações, discretamente irônicos, céticos ou bem-humorados. A sutileza também define esse tipo de apresentador. No formato de telejornal no qual está inserido, com orientação predominantemente polifônica, sua posição tende, no entanto, a deslocamentos mais frequentes em direção ao pólo crítico, uma vez que, mesmo evitando se ‘colocar’ de modo mais pessoal e individual, explicita posições/disposições moderadas em relação aos conteúdos proferidos.

Portanto, entre os apresentadores pesquisados, podemos incluir Murilo Meireles, Heloísa Guimarães e Mariana Cremonini, da TV Tropical, como predominantemente impessoais, permanecendo nesse pólo durante a maior parte das edições dos telejornais. No caso da TV Ponta Negra, o apresentador Luís Henrique também apresenta essa predominância, a da impessoalidade, o que não ocorre com sua companheira de bancada Geórgia Nery, que promove deslocamentos mais constantes para uma criticidade, sobretudo quando a apresentação do telejornal é solo. No caso do apresentador Geider Henrique, da Inter TV Cabugi, há um deslocamento mais intenso para o apresentador crítico, embora as características da impessoalidade ainda sejam relevantes e definidoras do seu perfil.

Os telejornais do RN não se distinguem, fundamentalmente, em relação a suas configurações. Todos tendem ao modelo polifônico. A partir das edições analisadas, os seus apresentadores podem ser identificados, predominantemente, ao apresentador impessoal, havendo, no entanto essas distintas gradações na configuração a partir de deslocamentos de

um pólo a outro. Nesses deslocamentos, configuram-se tipos de *ethos* muito semelhantes, orientados, todos, pela busca da “justa medida”. A configuração dessa justa medida, no entanto, se dá a partir de atuações (*performances*) que situam cada um deles em uma gradação mais próxima ou mais distante de um pólo ou de outro, tal como ilustrado no esquema abaixo.

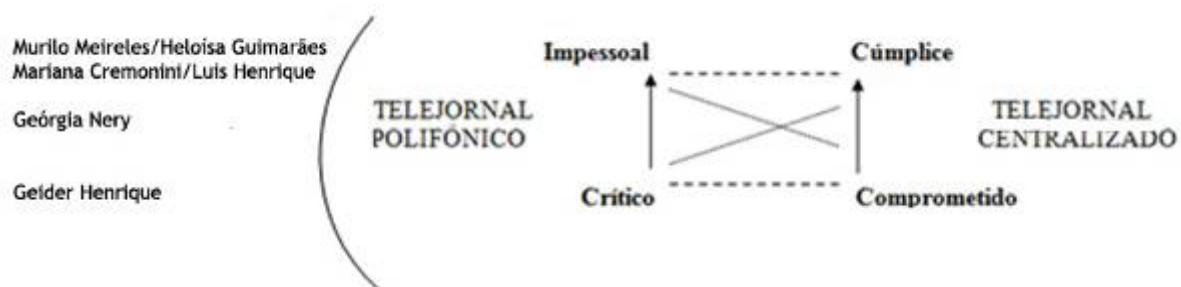


Figura 32 – Performances dos apresentadores

7 Considerações finais

A pesquisa aponta um caminho complexo para a apresentação dos telejornais, pois existe nesses uma forte tradição de não quebrar conceitos arraigados ao jornalismo tradicional, que no caso da televisão, inclui a pouca inovação na forma de apresentar as notícias ao telespectador. A seriedade é o tom principal, pois está ligada diretamente ao conceito de objetividade jornalística. A formalidade e a impessoalidade na fala acompanham a maior parte dos telejornais e, no caso específico do RN, mais ainda. Verificamos nos três telejornais o predomínio do distanciamento entre jornalista e cidadão, onde a todo instante os profissionais fazem por notar essa diferença de que a voz é do jornalista representante do veículo e não do jornalista cidadão, esse com impressões semelhantes ao grande público. Existe uma tentativa de diminuir esse espaço, só que ainda feita de forma bastante discreta, o que não permite sinalizar nesses telejornais mudanças a curto ou médio prazo.

Para os apresentadores pesquisados, predomina o conceito de que passar as notícias com seriedade representa conquistar a confiança do público, dispensando basicamente a idéia de que a informalidade e, conseqüentemente, a empatia, aproximam cada vez o público dos narradores do veículo TV. Até mesmo os comentários dentro dos telejornais são vistos, com pequenas exceções, como algo que não cabe ao apresentador, mas sim a outras instâncias narradoras, como comentaristas e especialistas da área. A dinamicidade dos meios audiovisuais e de comunicação de um modo geral tem mostrado que os conceitos relacionados à estaticidade, na forma de apresentar os telejornais, precisam ser amplamente revistos. Alguns veículos já apostam nessa aproximação como a formatação de telejornais em que os apresentadores comentam, criticam, sugerem e fazem gestos que remetem ao senso comum, ao cidadão em suas atitudes cotidianas.

A busca pela moderação excessiva, a contensão nos gestos e no modo de se expressar diante do público, além da busca pela justa medida, tornam os apresentadores do RN

analisados num mesmo patamar de características, onde a impessoalidade determina o modo de construção do *ethos* de todos eles. O fato acaba não sendo uma boa opção ao telespectador, que fica privado de opções no modo de ver telejornais, nos quais a formalidade determina todo o procedimento de apresentação por parte das emissoras. Isso acaba levando a uma conclusão de que os telejornais do RN são muito parecidos, não apresentando, portanto, diferenciais.

Alguns telejornais de rede citados no capítulo quatro são exemplos de como o público pode caminhar por situações diversificadas. E o estilo de apresentação não é algo que se limite a determinado tipo de telejornal, se de rede ou local. Pode ser aplicado em qualquer condição geográfica. É interessante destacar que dentro das próprias emissoras analisadas existem telejornais de rede que são diferenciados em relação ao modo como as afiliadas apresentam os seus. Esses poderiam servir até de modelo para possíveis inovações, o que na maioria dos casos, não ocorre.

Sobre as performances dos apresentadores a dinâmica do meio audiovisual tem apontado para reformas que parecem demonstrar ser inevitáveis. Cada vez mais programas que têm no conteúdo informações jornalísticas implementam postulações variadas de linguagem textual e mesmo corporal. Não parece mais ser predominante o conceito de que telejornalismo é sinônimo, obrigatório, de semblante fechado, tom excessivo de seriedade, linguagem formal; pelo contrário, a prática de algumas emissoras aponta para a descontração na hora de transmissão de algumas notícias, a tentativa de diálogo informal entre apresentadores, a inserção de mais opiniões, embora essas não sejam, necessariamente, oriundas dos jornalistas, mas sim da figura que representam, de deslocamentos dos apresentadores do estúdio para a rua ou eventos especiais etc.

Numa tentativa de tornar o NE TV 1ª Edição mais dinâmico na forma de apresentar as notícias, por exemplo, no dia 10 de março de 2009, a TV Globo Nordeste implementava

mudanças significativas no estilo de se portar dos apresentadores Márcio Bonfim, Clarissa Góes e Juliana Maggi, essa última responsável pelas notícias esportivas. A possibilidade de deslocamentos dentro do estúdio, conversas com idéia de informalidade e simulacros de diálogos direto com o telespectador, trouxeram ao telejornal uma tentativa de maior aproximação com o público. No caso do RN, podemos constatar em observação após o período pesquisado, que a Inter TV Cabugi, afiliada Globo, também lançava mão dessa estratégia, ao colocar o apresentador Geider Henrique Xavier, a partir de novembro de 2009, em condição de liberdade para deslocamentos no estúdio e, conseqüentemente, livre da tradicional bancada. O novo estilo de apresentação segue os mesmos moldes adotados pela TV Globo Nordeste. Em ambos os casos, é preciso destacar que houve uma certa dificuldade de adaptação dos apresentadores. O apresentador Geider Henrique, da Inter TV, no RN, por exemplo, mostrou-se pouco confortável ao andar ou mesmo no manuseio das mãos na edição do dia 10.12.09. A tentativa das emissoras pode até já existir em alguns casos em sinalizar mudanças, mas é necessário, no entanto, que os apresentadores apresentem perfil com as características que o estilo exige. Caso contrário, o efeito poderá ser bastante controverso, pois o público, cada vez mais crítico, logo perceberá as deficiências.

Porém, de um modo abrangente, a sinalização de adaptação, nos telejornais nacionais, é evidente e assim como vem ocorrendo ao longo dos últimos 50 anos no telejornalismo, as mudanças são graduais, polêmicas, questionáveis, porém inevitáveis, já que a TV reproduz o desejo da audiência. No caso dos telejornais pesquisados, sentimos a ausência dessa mudança de forma considerável. Alguns apresentadores, por sua vez, demonstram desejos de mudanças, o que nem sempre é possível por causa de imposições superiores. No entanto, essas mudanças, à medida que forem afetando a audiência, algo que é desejo e norteia a televisão, a necessidade acabará, por fim, com o desejo tradicionalista de não querer mudar apenas porque gera dificuldades na recepção do público.

Algumas tentativas de inovações ou de pelo menos tentar fazer algo diferente na forma de apresentar telejornais ou mesmo na própria estrutura dos programas noticiosas já são sinais no telejornalismo brasileiro de que algo é preciso fazer para que esse gênero da televisão permaneça forte e com elevado índice de credibilidade junto à sociedade. Alguns pesquisadores, como Brasil (2008), apontam que o futuro dos formatos de telejornais é sombrio a permanecer como são atualmente, já que existe por parte, principalmente dos jovens e futuros telespectadores, desejos de inovação e de quebras de conceitos, que, no caso do telejornalismo, não passam por comprometimento no que é levado ao ar em termos de notícia.

Entendemos que é hora de emissoras nacionais e locais apostarem em novos formatos de apresentação. A chegada da TV Digital é um caminho que pode sinalizar essa mudança. As possibilidades interativas podem ajudar nessa nova forma de pensar a apresentação de telejornais. Talvez, até, seja obrigatório repensar, pois a exigência do público também aumenta a cada inovação tecnológica, mesmo que tecnologia não signifique mudar conceitos tradicionais do jornalismo e da televisão, em específico.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. O ethos na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: _____. (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2008.

AQUINO, Ítalo de Souza. *Como Escrever Artigos Científicos*: sem ardeios e sem medo da ABNT. João Pessoa: Ed. UFPB, 2007.

BARBEIRO, Heródoto, LIMA, Paulo Roberto de. *Manual de telejornalismo*. São Paulo: Campus, 2002.

BONNER, William. *Jornal Nacional*: modo de fazer. São Paulo: Globo, 2009.

CAMARGO, Alberto Mesquita de. *A retórica*. São Paulo: I.A.M.C, 1992.

COUTINHO, Iluska. *Telejornalismo e (re)produção do conhecimento no Brasil*. Lumina: Juiz de Fora, v. 2, n. 2, 2008.

CRUZ JÚNIOR, Dílson Ferreira. *O Ethos do enunciatador nos romances de Machado de Assis*: uma abordagem semiótica. São Paulo: USP, 2006. Tese de Doutorado.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Telejornais: quem dá o tom? *E-compós*, Brasília [DF], v.11, n. 2, 2008.

EGGS, Ekkehard. Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna. In: AMOSSY, Ruth (Org.). *Imagens de si no discurso*: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2008.

FECHINE, Yvana. A nova retórica dos telejornais: uma discussão sobre o *ethos* dos apresentadores. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 17, São Paulo, 2008. *Anais...*São Paulo: Compós, 2008.

_____. Estratégias de personalização dos apresentadores de TV: um estudo em um telejornal brasileiro. *DeSignis*, Barcelona, n. 2, 2002.

_____. Standing Apart/Facing Faces: notas sobre video-instalação e enunciação. *Nexos*, São Paulo, ano II, n. 3, 1998.

_____. Tendências, usos, e efeitos da transmissão direta do telejornal. In: DUARTE, Elizabeth; CASTRO, Maria Lília. (Orgs.). *Televisão*: entre a academia e o mercado Porto Alegre: Sulina, 2006.

_____. *Televisão e presença*: uma abordagem semiótica da transmissão direta. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

FIORIN, José Luiz. *As astúcias da enunciação*: as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 1996.

_____. A Lógica da neutralidade: um caso de aspectualização do ator. SEMINÁRIOS DO GRUPO DE ESTUDOS LINGÜÍSTICOS DE SÃO PAULO, 18, São Paulo, 1989. *Anais...*São Paulo: USP, 1998.

_____. O corpo nos estudos da semiótica francesa. In: SILVA, I. *Corpo e sentido*. São Paulo: Ed. UNESP, 1996.

_____. O Ethos do enunciatador. In: MARCHEZAN, A. Cortina A. R. (Org.) *Razões e sensibilidades*: a semiótica em foco. Araraquara (SP): UNESP; Cultura Acadêmica, 2004.

_____. Semiótica e Comunicação. *Galáxia*, São Paulo, n 8, 2004.

GUZZONI, Juliane. A comunidade na TV: uma análise sobre a regionalização da notícia e o processo de participação popular. In: CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO, 24, Campo Grande [MS], 2001. *Anais...*Campo Grande: INTERCOM, 2001.

HAGEN, Sean. A emoção como complemento à objetividade na imagem dos apresentadores de telejornal. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 17, São Paulo, 2008. *Anais...*São Paulo: Compôs, 2008.

_____. *O casal 20 do telejornalismo e o mito da perfeição: como a mídia constrói a imagem dos apresentadores* Fátima Bernardes e William Bonner. Porto Alegre: UFRGS, 2004. Dissertação de Mestrado.

HERNANDES, Nilton. *A mídia e seus truques: o que o jornal, revista, tv, rádio e internet fazem para captar a atenção do público*. São Paulo: Contexto, 2006.

HESSEN, Joannes. *Teoria do conhecimento*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

JESPER, Jean-Jaques. *Jornalismo televisivo: princípios e métodos*. Coimbra: Minerva, 1998.

KYRILLOS, Leny. *Voz e Corpo na TV: a fonoaudiologia a serviço da comunicação*. São Paulo: Globo, 2003.

LEAL, Bruno Souza. Telejornalismo e autenticação do real: estratégias, espaços e acontecimentos. *E-Compôs*, Brasília [DF], v. 11, n. 2, 2008.

LIMA, Fernando Barbosa. *Nossas câmeras são seus olhos*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

MACHADO, Arlindo. *A Televisão levada a sério*. 4. Ed. São Paulo: Senac, 2005.

MACHADO, Márcia Benetti; HAGEN, Sean. Jornalismo e o mito da perfeição andrógina. *Unirevista*, São Leopoldo [RS], v. 1, n. 3, 2006.

MACIEL, PEDRO. *Guia para falar (e aparecer) bem na televisão*. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 1994.

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; LUCIANA, Salgado (Orgas.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008.

MARTINS, Nísia. Informação na tevê: a estética do espetáculo. In: DUARTE, Elizabeth; CASTRO, Marília Lília. (Org.). *Televisão: entre a academia e o mercado*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MEMÓRIA Globo. *Jornal Nacional: a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

MEYER, Michel. *A Retórica*. São Paulo: Ática, 2007.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia*. Petrópolis [RJ]: Vozes, 2003.

MOTTA, Ana Raquel; LUCIANA, Salgado (Orgas.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008.
NATALINO, Marco Antonio Carvalho. *O discurso do telejornalismo de referência: criminalidade violenta e controle punitivo*. São Paulo: Método, 2007.

PORTO, Mauro. Novos Apresentadores ou Novo Jornalismo? O Jornal Nacional antes e depois da saída de Cid Moreira. *Revista Comunicação e Espaço Público*, Brasília [DF], n. 1-2, 2002.

- RAMOS, Roberto. Âncora: algumas práticas semiológicas. *FAMECOS*, Porto Alegre, n. 32, 2007.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial*. São Paulo: Summus, 2000.
- SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a Mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.
- SQUIRRA, Sebastião Carlos de M. *Boris Casoy: o âncora no telejornalismo brasileiro*. Petrópolis [RJ]: Vozes, 1993.
- TV PONTA NEGRA. Disponível em: <<http://www.tvpontanegra.com.br/>>. Acesso em: 5.12.2009.
- VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo. (Org). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis [RJ]: Vozes, 2008.
- _____. Telejornalismo: cotidiano e lugar de segurança. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PESQUISADORES EM JORNALISMO, Florianópolis, 2005. *Anais...* Florianópolis: UFSC; SBPJor, 2006, p. 1-17. 1 CD-Rom.
- YORKE, Ivor. *Jornalismo diante das câmeras*. São Paulo: Summus, 1998.

APÊNDICE A - Jornal da Tropical: TV Tropical

Vídeo 1:

- Apresentadores conversando antes do início do telejornal (idéia de informalidade)
- Escalada: leitura em tom de seriedade e forte interpretação do texto
- Vestuário/aparência - apresentador Murilo Meireles: terno padrão, barba ausente e cabelo bem penteado; apresentadora Heloísa Guimarães: roupa e brincos bem discretos. Cabelo preso e bem penteado.
- Murilo Meireles faz chamada de um VT sobre as chuvas em Natal. Na reportagem feita por ele mesmo, o apresentador se apresenta como repórter, com inclusão até da passagem. Nesse momento a roupa é bem menos formal.
- A apresentadora Heloísa Guimarães, que é repórter e nessa edição substitui a apresentadora titular, limita-se a ler notas-pé e chamar reportagens. Não faz qualquer tipo de comentário, a exemplo de Murilo Meireles.

Vídeo 2:

- A apresentadora Heloísa Guimarães chama uma reportagem sobre a greve dos professores feita por ela mesma. No VT ela aparece em passagem com a roupa igual a do estúdio.

Vídeo 3:

- Entrevista no estúdio feita pelos apresentadores ao secretário de educação de Natal, Elias Nunes. Condução feita na impessoalidade.
- Leve sorriso dos apresentadores ao final do telejornal.

Vídeo 4:

- Escalada da edição do dia 04.03.09 feita pelos apresentadores Murilo Meireles e Mariana Cremonini, outra repórter, também apresentadora substituta. A titular estava de férias durante o período analisado.
- Ao final das reportagens Murilo Meireles lê notas-pés. Os comentários inexistem. Ele chama mais uma reportagem feita por ele, dessa vez sobre a crise na saúde em um hospital de Natal. Aparece no vídeo em passagem.

Vídeo 5:

- Entrevista feita com o Vice-Governador do RN e Secretário de Recursos Hídricos, Iberê Ferreira. Características semelhantes de impessoalidade dos dois apresentadores.

Vídeo 6:

- Na abertura da edição do 05.03.09 o apresentador Murilo Meireles chama outro VT feito por ele, dessa vez apenas em off, sem passagem.
- Também nessa edição a apresentadora Mariana Cremonini chama uma reportagem feita por ela sobre a transposição das águas do Rio São Francisco. O contraste fica visível já que na abertura do VT entra a passagem, com a agora repórter Mariana, usando uma roupa diferente
- Ainda na edição desse dia o apresentador Murilo Meireles exibe outra reportagem feita por ele, sobre vendas de carros.
- O figurino e as expressões faciais permanecem discretos

Vídeo 7:

- Escalada feita pelos apresentadores Murilo Meireles e Mariana Cremonini. Expressões semelhantes às edições anteriores, com leves sorrisos na passagem de bloco.

Vídeo 8:

- Nessa edição o apresentador Murilo Meireles chama uma reportagem feita sobre uma maternidade por Mariana Cremonini, que aparece no TV durante a passagem.
- Após a exibição da reportagem, como inexistem os comentários dos apresentadores, entra a opinião de um outro jornalista, Cassiano Arruda.
- A apresentadora chama uma entrevista fora do estúdio feita por Murilo Meireles com o senador do RN, José Agripino Maia. Nesse momento, o entrevistador parece um pouco desconfortável na maneira de se posicionar, talvez acostumado com a postura adotada na bancada do estúdio.

Vídeo 9:

- Na edição do dia 09.03.09 o apresentador chama uma reportagem sobre o avanço do mar no litoral norte potiguar. Ela é feita por Mariana Cremonini, que aparece no vídeo em duas ocasiões.
- No final da edição, leve sorriso dos apresentadores. Nos créditos, ambos aparecem como apresentadores.

APÊNDICE B - Jornal do Dia: TV Ponta Negra

Vídeo 1:

- Apresentadores conversando antes da abertura do telejornal, em simulacro de informalidade e espontaneidade. Escala feita pelos apresentadores Geórgia Nery e Luis Henrique. Boa dicção e interpretação. Tom de seriedade na forma de apresentar.

Vídeo 2:

- No início da edição do dia 02.03.09, ao falar que naquele dia seria o dia do início das aulas na rede estadual de ensino, o apresentador Luis Henrique conversa com a companheira de bancada, querendo dar a entender que ali é uma conversa. Ela completa dizendo que os professores entraram em greve. Ao final reportagem, nenhum tipo de comentário é feito.
- Na chamada para o primeiro intervalo são lidas duas chamadas, uma sobre o imposto de renda, onde o semblante do apresentador é de muita formalidade e, em seguida, um leve sorriso aponta para a notícia mais “leve”, no caso a esportiva.
- Na hora da notícia do imposto de renda, que vem depois de uma vinheta de economia, o apresentador Luis Henrique tenta fazer um comentário descontraído, ao dizer que o ano começa depois do carnaval e que naquele dia começa o prazo para declarar o imposto de renda. No final da reportagem não é feito nenhum comentário, apenas a leitura de uma nota-pé.
- No bloco de notícias esportivas os apresentadores sinalizam as chamadas das reportagens com sorrisos.

Vídeo 3:

- Entrevista com a deputada federal do RN, Sandra Rosado. No final da entrevista, a apresentadora Geórgia Nery entrega um livro produzido pela TV Ponta Negra. Há um aperto de mão, sorriso e idéia de descontração e informalidade.

Vídeo 4:

- Escalada formal e com boa leitura. Abertura no plano aberto e depois passando ao plano médio. Apresentadores com vestuário formal, expressões faciais contidas.

Vídeo 5:

- Chamada com extrema formalidade para um VT sobre violência em uma praia do litoral norte potiguar. No final da reportagem, a apresentadora Geórgia Nery faz uma expressão que sinaliza um “ar” de preocupação com a situação. Um comentário não-verbal e incomum durante as edições analisadas.

Vídeo 6:

- Entrevista com a Governadora do RN, Wilma de Faria, marcada pela impessoalidade e tentativa de “objetividade”. No final do bloco, leve descontração no semblante.

Vídeo 7:

- Descartado para análise porque está em off, nos bastidores, em comum acordo com a orientação da pesquisa.

Vídeo 8:

- Ao final de uma reportagem sobre a expectativa de venda dos ovos de páscoa, a apresentadora Geórgia Nery faz um semblante de admiração e chega a comentar: “poxa”. Depois, a leitura de uma outra notícia segue em tom de formalidade.

Vídeo 9:

- Chamada de duas reportagens políticas, sem alterações na forma de apresentá-las. Na passagem de bloco, leve sorriso.

Vídeo 10:

- A edição do dia 06.03.09 teve a apresentação “solo” de Geórgia Nery. O visual apresentava diferença, principalmente quanto ao cabelo, agora preso. Um computador na bancada também era outra novidade.
- Numa espécie de editorial do telejornal, ela gesticula com os dedos ao pronunciar “carta de alforria”.
- Nessa edição não há escalada tradicional verificada nas outras edições. Começa com notícia e depois anuncia outros assuntos.
- Descontração nas chamadas de reportagens esportivas.

APÊNDICE C - RN TV 1º edição: INTER TV CABUGI

Vídeo 1:

- Escalada com início em plano fechado. Vestuário formal e tom de seriedade. Sem atropelos de leitura

Vídeo 2:

- Ao final de uma reportagem sobre fugas em um centro de detenção o apresentador faz um comentário.
- Na entrevista com a assessora técnica da secretaria de recursos hídricos, Joana D'arc, o apresentador se apresenta como narrador que tenta a “objetividade” nos questionamentos. A marca é da impessoalidade
- Os ângulos da entrevista são diversificados e o apresentador gesticula com as mãos frequentemente. As perguntas são mais longas do que as utilizadas nos outros telejornais analisados.

Vídeo 3:

- Ao final de uma reportagem sobre um museu de Natal o apresentador faz um breve comentário, lê uma nota-pé e volta a comentar sobre o problema.
- Nos créditos finais o nome do apresentador aparece com editor de texto, o que indica, teoricamente, a familiaridade com todo o texto lido durante o telejornal.

Vídeo 4:

- Escala feita inicialmente com plano fechado e depois em off.
- Leitura de uma nota sem atropelos na fala

Vídeo 5:

- Final de uma entrevista e início da leitura de uma nota, onde houve atropelo de leitura. A correção no ar foi imediata
- Mais um breve comentário ao final de uma reportagem sobre problemas em uma comunidade.

Vídeo 6:

- Ao final de uma reportagem sobre fortes chuvas em uma cidade do interior o apresentador faz uma expressão facial sinalizando preocupação com a situação.
- Outro comentário se registra ao final do VT sobre uma biblioteca. A expressão facial do apresentador é equivalente ao texto: “bom né?”.

Vídeo 7:

- No final da reportagem sobre o Baraúnas, time de Mossoró, o apresentador dá um sorriso e comenta: “legal né?”.

Vídeo 8:

- Novo comentário, agora sobre as orquídeas, seguido de uma nota-pé.

Vídeo 9:

- Comentários do apresentador ao final de um VT sobre problemas de uma comunidade e depois sobre a dengue.

Vídeo 10:

- Tentativa de descontração durante a entrevista. Dificuldade na condução de perguntas à criança, João Vítor, integrante do grupo.

Vídeo 11:

- Na entrevista a um oficial do corpo de bombeiros o apresentador erra ao citar a função do mesmo.
- A entrevista é conduzida sob a impessoalidade. A contensão de gestos e os tipos de pergunta mantém um grau de formalidade.

Vídeo 12:

- Nessa edição (20.03.09), o apresentador faz uma reportagem e realiza uma entrevista fora do estúdio. A tentativa é de ser mais descontração. O vestuário é bem diferente do que é usado habitualmente por ele.
- Antes de iniciar uma entrevista com uma banda, no estúdio, ele comete atropelos na leitura e corrige no mesmo instante.

APÊNDICE D - RN TV 1 EDIÇÃO: MUDANÇAS NA APRESENTAÇÃO

1. Apresentador Geider Xavier em pé e na apresentação inicial do telejornal;
2. Chamada de uma repórter para entrevista externa, deslocamento no estúdio e intervenção no meio da entrevista;
3. Chamada de uma passagem de bloco;
4. Entrevista no estúdio. Vestuário menos formal e gestos na hora das perguntas.

ANEXO - Modelo de questionário utilizado na entrevista com apresentadores

1. Qual a importância da sua imagem, como apresentador, dentro do telejornal e da emissora?
2. Qual a imagem que você acha que passa ao público que o assiste?
3. Existe alguma forma de retorno do público como forma de avaliação do seu trabalho, da sua performance (telefone, pesquisa etc)?
4. Como você vê o público do jornal que apresenta? Qual a expectativa que você tem dele?
5. Como você vê a imagem dos demais apresentadores de telejornais do RN? Existe alguma influência do que eles fazem sobre seu trabalho, sobretudo os que apresentam o jornal da mesma faixa horária (RN TV 1 – JD – Jornal da Tropical)?
6. Como você se prepara para apresentar o telejornal? O que você faz para formar uma imagem de credibilidade perante o público?
7. Qual o(s) fator(es) mais importante(s) que o apresentador deve estar atento quando está transmitindo as notícias?
8. A vida pública do apresentador interfere na construção da imagem que ele adquire junto ao público?
9. A linguagem utilizada nos telejornais ainda é formal? E a retórica, é usada como forma de persuadir o telespectador ou como forma de elemento estético da fala