

O papel dos apresentadores de TV: uma abordagem semiótica a partir do telejornal

Yvana Fechine Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco; doutora em Comunicação e Semiótica (PUC/SP).

Email: yvanafechine@uol.com.br.

Resumo: O artigo propõe-se à discussão sobre os papéis, atribuições e caracterizações do apresentador nos diferentes formatos televisuais. Há, no entanto, entre os formatos mais consolidados na TV um em que o apresentador se constrói de modo mais complexo em função do contrato fiduciário proposto pelo gênero ao espectador – o telejornal.

Palavras-chave: apresentador – telejornal – papéis

Resumen: El artículo propone la discusión sobre los papeles, atribuciones y caracterizaciones del presentador en los diferentes formatos televisuales. Sin embargo, hay, entre los formatos más consolidados en la TV uno en el que el presentador se construye de modo más complejo debido al contrato fiduciario propuesto por el género al espectador – el telenoticiero.

Palabras-clave: presentador – telenoticiero – papeles

Abstract: The article proposes a discussion on the roles, attributions and characterizations of the host in the different televisual formats. However, among the more consolidated formats on television, there is one in which the host has a more complex construction because of the fiduciary contract proposed by the genre to the spectator – the television newscast.

Keywords: host – television newscast – roles

Telejornal e enunciação

Silvio Santos, Hebe Camargo, Gugu Liberato, Raul Gil, Faustão (Fausto Silva), Luciano Huck, Angelica, Xuxa, Ana Maria Braga, Marília Gabriela, Astrid Fontenelle, Cazé Peçanha, Penélope Nova, Ratinho (Carlos Alberto Massa), Cid Moreira, Boris Casoy, José Luiz Datena, William Bonner e Fátima Bernardes. Seja qual for a faixa etária ou classe social, qualquer brasileiro conhecerá muitos – provavelmente, a maioria – dos nomes indicados acima como apresentador(a) de TV. Entre a postura formal de Cid Moreira, célebre apresentador do Jornal Nacional, ao comportamento histrionicamente dramatizado de Ratinho, animador de um dos mais polêmicos programas de auditório da TV brasileira, há enormes diferenças de desempenho, estilo e atitude. Entretanto, Cid Moreira e Ratinho, assim como centenas de outros nomes que poderiam ser acrescentados à listagem acima, são reconhecidos indistintamente como apresentadores de TV por serem responsáveis pela condução de um programa ou evento televisivo. Genericamente, associa-se ao apresentador de TV, esse papel de mediador, condutor ou articulador – uma espécie de “mestre de cerimônia” da TV –, cujas “qualidades” dependem do programa e do modo como se dá a sua inserção numa dada programação.

Se tomarmos a bibliografia brasileira corrente sobre televisão, constataremos que ainda não discutimos suficientemente os papéis, atribuições e caracterizações do apresentador nos diferentes formatos televisuais. Há, no entanto, entre os formatos mais consolidados na TV um em que o apresentador se constrói de modo mais complexo em função do contrato fiduciário proposto pelo gênero ao espectador – o telejornal. A credibilidade do telejornal é influenciada diretamente pela confiança que os espectadores depositam nos seus apresentadores. Embora possam ser considerados, como em qualquer outro formato televisual, a “cara” do programa que comandam, os apresentadores do telejornal constroem sua imagem numa constante tensão entre a propalada exigência de “objetividade” e discrição da prática jornalístico e a auto-promoção e glamourização inerentes à televisão. Do “locutor de notícias”, que se limitava a ler as informações com atitude distanciada e em estilo radiofônico, ao “âncora”, que se posiciona enfaticamente sobre os fatos noticiados, podemos observar grandes transformações não somente nos papéis, mas nas posturas e perfis dos apresentadores de telejornal. É cada vez mais comum encontrarmos

apresentadores de telejornal que esbravejam contra os políticos, cobrando soluções.

Com diferentes gradações, é possível indicar, no entanto, uma estratégia geral de personalização desses apresentadores, cuja descrição exige que nos interroguemos antes sobre a própria enunciação do telejornal^[1]. 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. Podemos assim, em outros termos, conceber o telejornal como um conjunto que emerge justamente da articulação dessas sucessivas unidades numa instância enunciativa que as engloba. Nas suas mais variadas formas – reportagens gravadas, entrevistas no estúdio, entradas “ao vivo”, gráficos, material de arquivo, etc, todos os enunciados englobados (partes) organizam-se como um enunciado englobante implícito (todo) ao serem inseridos e articulados entre si numa mesma temporalidade definida pelo início e pelo fim do programa. A temporalidade na qual se dá a própria transmissão do telejornal corresponde a uma duração continuamente no presente. É nesta duração que o telejornal **se faz** no momento mesmo em que se exibe.

Este enunciado englobante (o telejornal) não se define como tal apenas pela sucessividade das suas unidades constitutivas (reportagens, links ao vivo etc.) numa temporalidade que articula o sintagma audiovisual. Define-se também a partir de uma pessoa (um “eu”) e de um espaço de referência. Todo ato de enunciação é, afinal, a instância de instauração de um **eu**, de um **aqui** e de um **agora**, a partir dos quais se definem, por projeção, as mesmas categorias no enunciado. É importante, no entanto, distinguir duas instâncias no procedimento enunciativo: o “eu” pressuposto e o “eu” projetado no interior do enunciado e, respectivamente, um “tu” pressuposto e um “tu” projetado no interior do enunciado, já que a cada cada “eu” corresponde um “tu” (quem fala sempre fala para alguém). No telejornal, o apresentador figurativiza o “eu” pressuposto, fonte da enunciação. Pode ser considerado, portanto, um “eu” projetado no interior do enunciado. É, outros termos, um ator da enunciação na medida em que concretiza (“encarna”) uma posição actancial. O **agora** no qual o apresentador fala – ou seja o agora da transmissão ao vivo – é o ponto de referência temporal. Igualmente, o lugar do qual o apresentador fala – o estúdio – é o ponto de referência espacial, ou seja, o **aqui** da enunciação.

Em função da estrutura recursiva^[2] do telejornal, o apresentador não se constitui, no entanto, no único actante (pessoa) desse enunciado englobante que é o telejornal. Todo o telejornal se organiza a partir da delegação de voz que um **eu** (quem fala) explicitamente instaurado no enunciado englobante confere a novos actantes definidos no nível dos enunciados englobados (outros “eus”). Trata-se, em outras palavras da delegação de voz de um ator da enunciação (apresentador) a outro (repórter, comentarista etc.) Empiricamente, o modo mais freqüente de se estabelecer no telejornal esta delegação de voz é a convocação pelo apresentador de um repórter ao qual cabe o relato dos fatos. Ao receber a palavra do apresentador-narrador, o repórter instaura-se então como um outro “eu”, estabelecendo aqueles com quem fala como “tu”. Nesse processo de delegação de voz, orientado por uma intercambialidade de posições, o apresentador define o seu papel enunciativo: funciona como instância de ancoragem actancial, articulando os distintos atores da enunciação do nível enunciativo englobado com o nível englobante^[3]. A descrição semiótica das estratégias de personalização dos apresentadores do telejornal depende, no entanto, da relação entre enunciados e enunciação.

Papéis enunciativos no telejornal

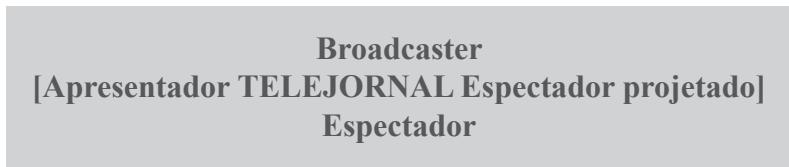
Na argumentação proposta aqui, temos considerado como actantes da enunciação o **eu** e o **tu**, que estão na base de qualquer ato discursivo. Este **eu**, destinador implícito da enunciação (fonte do discurso), só possui existência frente a um **tu**, destinatário implícito da enunciação (destino do discurso). Estas instâncias de produção e recepção, origem e destino pressupostos da enunciação, são denominados, respectivamente, de sujeito **enunciador** (ou, simplesmente, enunciador) e sujeito **enunciatário** (ou, simplesmente, enunciatário). Tanto quanto a enunciação, os actantes deste nível são também instâncias conceituais, “sujeitos lógicos” ou papéis passíveis de figurativização apenas no nível mais concreto do enunciado. Neste caso, instauram-se no enunciado sujeitos delegados do enunciador e do enunciatário denominados, respectivamente, de **narrador** e **narratário**. Estes nada mais são do que “projeções”, simulacros ou figurativizações, construídos **no e pelo** próprio enunciado, do enunciador e do enunciatário, respectivamente. Se enunciador e enunciatário correspondem, de um lado, à posições actanciais situadas no nível da enunciação – da **realização** do discurso –, narrador e narratário correspondem, de outro, à posições actanciais situadas no nível do enunciado – do discurso **realizado**.

No esquema de papéis definidos tradicionalmente na teoria da enunciação, o enunciador e o enunciatário não podem ser confundidos com o autor e leitor empíricos. Estes últimos só podem ser levados em conta, no campo da enunciação, também a partir de seus simulacros: enunciador e enunciatário agora como simulacros do autor e leitor empíricos, dos indivíduos concretos que participam do circuito enunciativo/comunicativo. Por oposição a estes sujeitos empíricos (sujeitos de “carne e osso”), enunciador e enunciatário definem-se como “sujeitos semióticos” (“seres do discurso”) que correspondem, na verdade, a funções textuais, a “papéis”, a “posições” de subjetividade construídas pelo próprio texto. Podem ser definidos, enfim, como as “vozes” construídas pelo próprio texto ou como instâncias que substituem simbolicamente no texto seu autor e leitor reais. Se entendermos a própria enunciação como uma espécie de simulacro da comunicação construído **no** e **pelo** próprio texto, parece possível pensar em todos os atores envolvidos neste ato comunicativo como papéis envolvidos ora na instância da **realização**, ora na instância do **realizado**. Estes papéis correspondem assim, e respectivamente, aos actantes da enunciação e do enunciado, conforme o esquema a seguir:



Pensando as posições actanciais no caso específico do telejornal, pode-se postular que a representação empírico-comunicativa mais imediata do sujeito enunciador desse macroenunciado, que é o telejornal no seu conjunto, parece ser todo o **staff** de produção do telejornal (dirigentes regionais, jornalistas, técnicos, etc.) denominado, genericamente aqui de **broadcaster**. No nível do enunciado propriamente dito (o que se vê na tela), o narrador do telejornal corresponde à própria figura do seu apresentador (ou apresentadores). A exemplo de outros programas televisivos, o telejornal pode também representar sua audiência, de tal modo que o narratário aqui está geralmente identificado com as figurativizações do espectador no enunciado. Para isso, os telejornais apelam, mais freqüentemente, ao discurso interativo por meio do qual os apresentadores e repórteres dirigem-se diretamente ao espectador, seja direcionarem o olhar para a câmera enquanto falam, seja utilizando vocativos ou pronomes pessoais (“você viu...”, “voce pode...”, “você sabe...”). É possível observar, no entanto,

telejornais em que há a participação do público gravada (VTs com enquetes, por exemplo) ou “ao vivo” (por meio de telefone ou internet). Embora mais rara, é possível apontar também experiências nas quais há a presença de espectadores convidados no próprio estúdio do telejornal, opinando ou participando de entrevistas com os convidados. Observamos assim, no telejornal, o esquema de papéis abaixo, no qual o termo “espectador projetado” designa essas diferentes figuratizações no enunciado:



A partir do mesmo esquema de papéis é possível, no entanto, identificar ao menos dois grandes modelos de telejornal. Há telejornais em que o apresentador funciona basicamente como um “operador de passageiros” que, mesmo dirigindo-se diretamente à audiência (faz isso olhando para a câmera), não se apropria do discurso como sendo seu. Suas intervenções verbais são, geralmente, construídas em terceira pessoa e são poucas as circunstâncias nas quais se permite demonstrar uma valoração pessoal através de outros sistemas semióticos (tom da voz, expressão facial, gestos, etc.). Por mais que seja tratado no universo extra-lingüístico como uma “estrela”, nos telejornais mais convencionais, o apresentador jamais faz referência ao seu próprio papel, a si ou a quem quer que ele represente: ele nunca “fala”, de modo explícito, em seu próprio nome e raramente fala em nome da própria equipe de produção do telejornal. O apresentador é um delegado imediato do sujeito enunciador que se manifesta explicitamente no enunciado (ele é a “cara” do telejornal), mas ao qual não se pode atribuir o ponto de vista do discurso. Como delegado mais imediato de um sujeito da enunciação coletivo, o apresentador desse tipo de telejornal não costuma atuar em nome de si mesmo (enquanto indivíduo singular). Há uma clara distinção entre este indivíduo singular (um “eu” individual) e seu papel público, o de representante ou “porta-voz” de um **broadcaster** (um “não-eu”).

Esse tipo de configuração 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”.

Quando se observa os apresentadores desse tipo de telejornal, considerado mais tradicional ou “padrão”, há uma clara distinção entre este indivíduo singular (um “eu” individual) e sua função pública, o de um representante ou “porta-voz” (um “não-eu”). No 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. 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 própria equipe do telejornal e à emissora. Investe-se, agora, deliberadamente na construção de um apresentador com “voz própria”, que assume o conteúdo enunciado como sendo seu.

Segundo Machado, no “modelo de telejornal centralizado ou opinativo”, a voz do apresentador costuma se impor sobre as demais, “emoldurando-os com o crivo do seu comentário” (2000, p.107). Neste modelo, do qual o jornalista Boris Casoy foi o precursor no telejornalismo brasileiro^[4], o apresentador coloca-se numa posição hierarquicamente superior, de tal modo que o telejornal parece que lhe pertence. No telejornal centralizado ou opinativo, investe-se, ao contrário da configuração anterior, na deliberada oscilação dos seus apresentadores entre um “eu” (indivíduo singular) e um “não-eu” (representante) (Cf. Landowski, 1999). Nessa oscilação, os apresentadores do telejornal aparecem, freqüentemente, aos olhos do telespectador muito mais como um “eu” individual do que propriamente como um eu impersonal, destinador implícito da enunciação. Produz-se, desse modo, um discurso mais pessoal e, por isso mesmo, de maior empatia com o público em nome de quem passam, num segundo momento, a falar e a fazer “cobranças”^[5]. A estratégia adotada por esse tipo de telejornal é baseada numa inequívoca personalização dos seus apresentadores, construída a partir do imbricamento, da superposição ou de uma deliberada (con)fusão entre os actantes do enunciado e da enunciação. Trata-se aqui, em outros termos, de uma espécie de indistinção entre os atores instalados nas instâncias do enunciado e da enunciação.

No telejornal, como em outros textos narrativos, é possível produzir efeitos de **proximidade** da enunciação realizando macro-embreagens através da passagem de actantes de um nível a outro. Mas, o que se entende aqui como um imbricamento de papéis ou posições actanciais não se confunde com este tipo de mecanismo de linguagem. Não se confunde

tampouco com a intercambialidade de papéis actanciais, tão freqüente na polifonia dos telejornais. A idéia de imbricamento aqui está, de modo geral, associada à noção de indistinção e superposição de instâncias e, nesse contexto específico, à (con)fusão desses papéis actanciais, ao “ofuscamento” de uns pelos outros: como se um fosse “encoberto” pelo outro, como se um estivesse no lugar do outro, quase como se um fosse o outro; mas sem que um prescinda do outro. Todo esse mecanismo parece muito próximo da própria noção semiótica de sincretismo^[6]: um sincretismo dos próprios papéis actanciais envolvidos no circuito enunciativo, de tal modo que já não há qualquer “distanciamento” entre a fonte da enunciação (enunciador) e sua figurativização (o narrador). Diluem-se os limites entre uma e outra função/posição actancial e já não se distingue mais quem “fala” quando o apresentador do telejornal se dirige ao espectador: se um **eu**, actante coletivo da enunciação (o **broadcaster**), ou um “eu” individual que agora fala também por si (o jornalista “x” ou “y”).

O que acontece, então, quando este narrador-apresentador, que já se constitui em um “eu” projetado no enunciado, , contraria os cânones da “objetividade jornalística” e, explicitamente, diz “eu”? Para começar, podemos falar de um desdobramento actancial. Como já vimos, o **eu** instalado imediatamente no enunciado pela simples presença do apresentador nada mais é do que uma projeção do actante coletivo da enunciação (um “eu” enunciativo). Quando o apresentador diz “eu” é como se abandonasse a função comunicativa de “porta-voz”, distante e impessoal, deste actante coletivo da enunciação para colocar a si próprio como sujeito enunciador do discurso^[7]. Dito de outro modo, é como se, a imagem do enunciador construída pelo enunciado correspondesse, agora, à mesma do jornalista responsável pela se apresentação. Não é demais lembrar que não estamos nos referindo aqui ao jornalista, em carne e osso, mas uma imagem sua que foi construída pelo próprio telejornal, pois ao “apresentador real” não temos jamais acesso a partir do que assistimos na TV. O enunciador é sempre um “eu”, mas, no clássico **TJ Brasil** (SBT), que inaugurou no começo dos anos 90 o modelo de telejornal opinitivo no Brasil, esse “eu” era concretizado no ator “Boris Casoy”. Nesse modelo, o apresentador-jornalista que, até então, era a figurativização mais imediata de uma fonte coletiva e impessoal da enunciação, passa agora a figurativizar o seu próprio papel – o papel de jornalista responsável por um ato comunicativo –, configurando-se para o espectador como uma fonte individual e pessoal da enunciação.

Se, antes, o apresentador era construído, do ponto de vista comunicativo, como um “não-eu” para, através desse discurso “objetivo”, atuar como um representante pretensamente “imparcial” de uma fonte coletiva da enunciação (configuração 1), agora, o apresentador assume-se no enunciado como um eu-enunciador que, aparentemente, assume suas próprias posições frente aos fatos que noticia. É como se a esse *eu* enunciativo, sujeito coletivo da enunciação, fosse sobreposto um outro “eu”: um “eu” que corresponde à própria imagem do jornalista responsável pela apresentação do telejornal (configuração 2). Nessa nova configuração enunciativa, ganha mais importância a construção do apresentador como uma **persona**, uma representação de si mesmo como ator da enunciação (em outros termos, uma espécie de “personagem” calcado na sua própria personalidade). Reveste-se também de maior peso o modo como, a cada edição do telejornal, vai sendo construída uma imagem do enunciador apoiada na imagem do comunicador. É diante desse tipo de configuração enunciativa que se impõe agora, ao analisarmos os telejornais, o estudo do **éthos** do enunciador.

Configuração 1

Apresentador (narrador) • eu enunciativo • não-eu (porta-voz)

Configuração 2

Apresentador (narrador) • eu enunciativo • eu (voz própria)

Estratégias de personalização e éthos do enunciador

Uma abordagem semiótica, como a que se propõe aqui, não leva em consideração autor e o leitor reais, pois estes não pertencem ao universo textual. Apenas o autor e o leitor implícitos pertencem ao texto e, por meio deles, são apreendidos. Mesmo na autobiografia, o “eu” que se enuncia é sempre um simulacro construído do escritor, que se define no interior do texto por suas relações com os outros atores da enunciação aí instalados. O mesmo princípio vale para o estudo dos apresentadores de telejornal quando assumimos a premissa que, ao assumirem o discurso proferido como seu, apelam cada vez mais para estratégias de personalização. Embora tenhamos cada vez mais informações sobre suas vidas “reais” e pessoais pelas próprias mídias, especialmente pelas revistas dedicadas às celebridades, o que é importante observar é como estes se constroem um **éthos** a partir das

suas aparições diárias no telejornal. Segundo J. L. Fiorin, o **éthos** corresponde a uma imagem do autor, não do autor real, mas do autor discursivo, um autor implícito no enunciado (2004: 120). De acordo com Fiorin, quando analisamos uma obra singular, podemos definir apenas os traços do narrador, mas quando estudamos a obra inteira de um autor, podemos apreender um **ethos** do enunciador. O conceito é tributário da retórica aristotélica e remete as traços de caráter do orador por meio dos quais este conquista a confiança da platéia com vistas à sua persuasão. Fiorin lembra que, para Roland Barthes, o **éthos** podia ser considerado como uma conotação. Consistia na propriedade que o orador possuia de, ao proferir uma informação, afirmar também algo sobre si.

Em termos mais atuais, dir-se-ia que o ethos não se explícita no enunciado, mas na enunciação. Quando um professor diz “eu sou muito competente”, está explicitando uma imagem sua no enunciado. Isso não serve de prova, não leva à construção do ethos. O caráter de pessoa competente constrói-se na maneira como organiza as aulas, como discorre sobre os temas etc. À medida que ele vai falando sobre a matéria, vai dizendo “sou competente”. Como vimos acima, a enunciação não é da ordem do infável. Por conseguinte, o ethos explicita-se na enunciação enunciada, ou seja, nas marcas da enunciação deixadas no enunciado. Portanto, a análise do ethos do enunciador nada tem do psicologismo que, muitas vezes, pretende infiltrar-se nos estudos discursivos (Fiorin 2004, p.120).

Se admitimos que o **éthos** do enunciador define-se na própria enunciação, podemos concluir, então, que a influência exercida por um determinado enunciador sobre um enunciatório não depende apenas dos conteúdos que põe em circulação, depende também do modo como ele próprio se apresenta. Ou seja, “o enunciatório 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” (Fiorin 2004: 134)^[8]. No caso específico dos apresentadores de telejornal, a preocupação não apenas com o **dito**, mas também com o modo de **dizer e parecer** (aparência de ser) leva-nos a prestar necessariamente atenção à “qualidade” da sua performance ou a tudo aquilo está relacionado à aspectualização do ator da enunciação (cf. Fiorin 1989). Na teoria semiótica, a aspectualização remete a um ponto

de vista sobre o tempo, o espaço e os atores (pessoas) de uma determinada ação. Pressupõe, portanto, a existência de um observador implícito. No caso da aspectualização do ator, esse observador implícito (uma posição a ser ocupada) determina a “qualidade” de suas realizações, a maneira como ele desempenha suas ações (*o dizer* e *o parecer*, mais especificamente). Para esse observador, um gesto de um determinado ator da enunciação (figurativizado por um palestrante, por exemplo) pode ser elegante ou desastrado, a voz pode ser estridente ou suave, a exposição pode ser segura ou hesitante. Segundo Fiorin, o julgamento que esse observador faz da “qualidade” da performance, no entanto, não é individual, pois seus pontos de vista são sociais, Dependem, portanto, de valorações que regem, de modo geral, as nossas relações com os outros homens (1989:350).

De acordo com o Fiorin (1989), os comportamentos e relações sociais costumam ser pautadas pela “lógica da gradualidade” apoiada na neutralidade. Neste lógica, devem ser considerados como disfóricos (negativo) os pólos categoriais ocupados pelo excesso e pela insuficiência. O que Fiorin denomina de “justa medida” é, nesse universo relacional, o termo eufórico (positivo). A qualidade da ação positivamente valorizada deve ser, portanto, neutra em relação aos pólos categoriais: nem excesso, nem insuficiência, é a justa medida (*neutralidae*) que preside, segundo Fiorin, a aspectualização dos comportamentos sociais (1989:350). A partir desse esquema relacional, cada cultura define a aspectualização positiva ou negativa dos comportamentos sociais e, consequentemente, da “qualidade” da performance do ator. Fiorin aponta a “justa medida” em relação ao vestir como sendo sinônimos de simplicidade e sobreiedade, “qualidades” que se opõem tanto ao espalhafatoso (excesso) quanto à displicênciia (insuficiência) (1989, p.352-353). Como exemplos das aspectualização do ator, definidas socialmente entre nós, ele indica ainda várias outras valorizações disfóricas e eufóricas associadas, respectivamente, à sua performance: exagerado (excesso) ou deficiente (insuficiência) vs. moderado (justa medida); duro (excesso) ou mole (insuficiência) vs. firme (justa medida); arrogante (excesso) ou subserviente (insuficiência) vs. humilde (justa medida); temerário (excesso) ou medroso (insuficiência) vs. prudente (justa medida); rude (excesso) ou adulador (insuficiência) vs. sincero (justa medida), entre tantas. Não por acaso as “qualidades” da performance dos apresentadores-“padrão” do telejornalismo brasileiro mais valorizadas tendem à neutralidade ou à “justa medida”.

Se retomarmos às proposições de Fiorin sobre a aspectualização do ator à luz da retórica aristotélica interpretada pelo mesmo autor, parece possível concluir que as qualificações da performance por um observador podem ser consideradas como um resultado da construção discursiva do **éthos** do enunciador. Baseados nas descrições que a **Retórica** traz das características que inspiram a confiança no orador, Fiorin descreve três espécies de **éthe** (2004, p. 121): 1) **éthos** baseado na **phrónesis**, qualidade que remete ao bom senso, a prudência, a ponderação, indicando se o orador exprime opiniões competentes e razoáveis; 2) **éthos** baseado na **areté**, que remete à virtude, entendida, neste contexto, como coragem, justiça e sinceridade, o que se traduz na manifestação do orador como alguém simples, sincero e franco ao expor seus pontos de vista; 3) **éthos** baseado a **eúnoia**, que remete à benevolência e à solidariedade, associadas às demonstrações de simpatia do orador pelo auditório. De acordo com Fiorin, o orador que se utiliza da **phrónesis** se apresenta como sensato, ponderado e exerce sua persuasão muito mais com os recursos discursivos (argumentativos). O orador que se utiliza da **areté** costumar mostrar-se como desbocado, franco, temerário e exerce seu convencimento sobre o auditório com base na emoção. Já aquele que usa a **eúnoia** apresenta-se como alguém solidário e benevolente com seu enunciatário, conquistando-o por meio da simpatia.

É evidente que por tratar da performance de um orador diante do auditório, todas essas qualidades descritas na **Retórica** devem ser repensadas a partir das especificidades do aparato enunciativo analisado. Para pensarmos, por exemplo, a construção da imagem do enunciador nos jornais, será preciso considerar outras “marcas” que depende das especificidades técnico-expressivas do meio. Para se estabelecer os **éthe** do que se chama, comumente, imprensa séria e imprensa sensacionalista, é preciso observar, entre outras coisas, o modo como num corpus formado a partir de um conjunto representativo de edições, os jornais trabalham recorrentemente com determinados arranjos no conteúdo (temas predominantes, tipo de abordagem, manchetes etc.) e na expressão (fotos, fontes, cores etc.)^[9]. Na análise dos apresentadores dos telejornais, os **éthe** descritos por Fiorin podem, no entanto, ser apropriados de modo mais direto, pois, com seu modelo interpelativo-persuasivo, a televisão opera um dispositivo retórico muito semelhante. A semiótica oferece, portanto, um caminho promissor para entendermos, a partir da análise das diferentes estratégias de personalização de cada apresentador em particular, como os telejornais se diferenciam cada vez mais pela construção de um determinado **éthos** do enunciador.

Preliminarmente, parece possível apontar que a grande aceitação desse modelo de telejornal centralizado e opinativo, que chama necessariamente a atenção para as estratégias de construção do *éthos* do enunciador, parece ser um indicativo de que a sua credibilidade do telejornal já não se mede mais pela aparente “objetividade” ou pela lógica da neutralidade. Depende, antes, da sua capacidade de criar o espaço necessário à valoração e ao questionamento das notícias que chegam ao espectador em profusão e frente às quais ele, geralmente, tem dificuldades de avaliação (Cf. Verón, 1995: 88). Este novo papel assumido pelo apresentador (âncora) produz agora um contrato de veridicção (um *crer-verdadeiro*) que não se baseia mais em estratégias para mascarar o fato evidente de que toda produção de linguagem emana de alguém e se dirige a alguém para falar de alguma coisa. É, em suma, um ato de subjetividade. Não se pretende mais confundir uma pretensa “neutralidade” do apresentador ou a “imparcialidade” jornalística com uma objetivação do texto que, nos discursos verbais, corresponde a supressão de qualquer marca da presença do sujeito enunciador no enunciado. O tipo de credibilidade que se atribui aqui ao âncora não impede uma postura interpretativa declarada do enunciador frente aos fatos noticiados. Pois, o atributo de “verdade” que se confere ao discurso ou o “efeito de verdade” produzido pelo discurso é, agora, proporcional à credibilidade que o espectador deposita do telejornal.

Observa-se ainda, preliminarmente, que esta relação de empatia é um resultado direto de estratégias discursivas que permitem a aparição do apresentador não apenas como o “porta-voz” de um *eu* coletivo e impersonal, mas também como um “*eu*” individual e passional dotado de “voz” própria. Em outros termos: não se trata mais aqui de um apresentador que, embora ainda deva ser entendido como o delegado mais imediato de um sujeito coletivo da enunciação, não pode ser tomado apenas como seu representante – um “não-*eu*”, se levarmos em conta o modo como aparece no enunciado. Temos aqui, ao contrário, um apresentador que se constrói nesse imbricamento entre uma posição semiótica (um apresentador que é delegado do sujeito da enunciação), um papel social (o âncora do telejornal) e sua imagem pessoal (a imagem do comunicador). A estratégia de personalização decorrente dessa sobreposição de instâncias produz, num primeiro momento, efeitos inequívocos de proximidade entre o apresentador e público que tendem, num segundo momento, a se desdobrar numa identificação ideológica entre os dois: seja através do seu apelo emocional ou passional, seja por desencadear um novo jogo de papéis no qual o primeiro se coloca, repetidamente, no “lugar” do segundo.

Não se pode desconhecer, ainda que fugindo aos limites de uma análise semiótica, os riscos envolvidos numa exagerada personalização: conferindo a si próprio a responsabilidade e a legitimidade da interferência nas situações que caberia ao espectador-cidadão, este apresentador-jornalista pode facilmente ser transformado numa espécie de “advogado do povo” ou de “defensor dos fracos e oprimidos”. Mais que nos telejornais, este é um tipo de postura que se observa mais freqüente e explicitamente em outros programas da televisão brasileira, já apontados como notórios exemplos de telepopulismo, tais como o extinto “Programa do Ratinho” (Sistema Brasileiro de Televisão - SBT). Há, evidentemente, uma enorme diferença entre os temas grotescos levados ao ar por programas dessa natureza, e um telejornal, que investe, por exemplo, em denúncias e/ou cobranças aos políticos e instituições públicas. Há, porém, um tipo de estratégia discursiva que, embora servindo a propósitos completamente diferentes, pode vir a ser comum aos apresentadores de todos eles: a tentativa de exercer, legitimado pela empatia construída com o público, o papel de pretenso mediador de conflitos político-institucionais, fazendo agora da própria televisão – comandada, no Brasil, por grandes grupos privados – um novo espaço de articulação dos problemas da esfera pública e social. Este, no entanto, é um problema que não compete mais à semiótica, muito embora tenha nela um importante ponto de partida para discussão.

Essa credibilidade é, antes de mais nada, fruto de um contrato fiduciário (uma relação de confiança) entre um enunciador e um enunciatário sustentado por situações, como as descritas aqui, nas quais papéis actanciais propositadamente se **misturam** em prol da humanização dos apresentadores. Através dessas mais diversas estratégias de personalização, o apresentador passa a ser encarado pelo público como alguém ainda mais familiar, alguém de quem ele conhece até alguns aspectos da vida, das experiências, das opiniões e preferências pessoais. Nessa condição, parece ser também ainda mais fácil, para o telespectador, enxergar no apresentador de um telejornal um interlocutor mais próximo. Se o apresentador é, assim, alguém que lhe parece até disposto a fazer certas **confidências**, deve ser também um indivíduo que, na sua aparente franqueza, é merecedor também da sua confiança. Todas as estratégias de personalização nada mais fazem do que produzir efeitos de sentido que se traduzem, no final, na construção de uma relação de identificação e empatia entre o telejornal e o seu público.

Os tipos de apresentador? Quais as consequências?

Bibliografia

- DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito.** Campinas: Pontes, 1987.
- FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação:** as categorias de pessoas, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 1996.
- GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de semiótica.** Trad. Alceu Amoroso Lima et al. São Paulo: Cultrix, 1983.
- LANDOWSKI, Eric. Diana, in vivo. In: MACCHIAVELLO, Quezada. O. (org.). **Froteras de la semiótica:** homenaje a Desiderio Blanco. Lima: Fondo de Cultura Económica-Perú, 1999.
- VÉRON, Eliseo. **Construir el acontecimiento.** Trad. Beatriz A.; Lonné e Horacio Verbitsky. Barcelona: Gedisa, 1995.

Notas

[1] A enunciação é uma instância lingüística logicamente pressuposta pela própria existência de um enunciado que carregará em si “marcas”(indicações) de sua enunciação (Greimas & Courtés 1983:145). Se a enunciação é o ato de “colocação em discurso”, o enunciado é o que dele resulta. A enunciação pode ser definida como uma instância a partir da qual se constroem as pessoas, o tempo e espaço do enunciado.

[2] Uma estrutura é recursiva quando sua configuração mais geral pode também ser observada nas suas partes (repetição do todo nas partes).

[3] No Dicionário de Semiótica, o termo ancoragem designa “o ato de pôr em relação duas grandezas semióticas pertencentes quer a duas semióticas diferentes (a imagem publicitária e a legenda; o quadro e seu nome), quer a duas instâncias discursivas distintas (texto e título)” (Greimas & Courtés 1983:21). 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 “âncora” semiótica na definição do papel de cada um dos outros participantes do telejornal (repórteres, comentaristas, convidados etc.).

[4] Cf. Squirra 1993.

[5] Conscientes do respaldo que os âncoras do SPTV construíram junto à sua audiência, justamente através desse seu personalismo, homens públicos (políticos, empresários, políticos, representantes de órgãos governamentais, etc.) são forçados agora a dar explicações e assumir compromissos perante

os apresentadores do telejornal como se estes fossem as autênticas instâncias às quais devem prestar contas.

[6]“Pode-se considerar o sincretismo como o procedimento (ou seu resultado) que consiste em estabelecer, por superposição, uma relação entre dois (ou vários) termos ou categorias heterogêneas, cobrindo-os com o auxílio de uma grandeza semiótica (ou lingüística) que os reúne” (Cf. Greimas & Courtés, 1983: 426).

[7]Tratando da polifonia na enunciação em textos verbais, Ducrot prefere falar, na análise de situações semelhantes, em eus que remetem tanto ao porta-voz quanto à pessoa da qual é porta-voz. (Cf. O. Ducrot, 1987, p.185).

[8] A argumentação de J.J. Fiorin leva em conta as proposições de Dominique Maingueneau para quem o éthos possui três componentes: “o caráter, que é o conjunto de características psíquicas reveladas pelo enunciador (é o que chamaríamos o éthos propriamente dito), o corpo, que é o feixe de características física que o enunciador apresenta; o tom, a dimensão vocal do enunciador, desvelada pelo discurso”(Fiorin 2004a: 19)

[9] Fiorin indica como referência no estudo do éthos do enunciador nas mídias o livro de Norma Discini de Campos intitulado *O estilo nos textos*. São Paulo: Contexto, 2000 (cf. 2004a).