

As renovações nas formas narrativas e de apresentação dos telejornais como lógicas de aproximação com os telespectadores

Innovations in narrative forms and presentation of television news as an approximation strategies with viewers

Lívia CIRNE¹

Resumo

O desenvolvimento da televisão, delimitado (principalmente) pelas mudanças tecnológicas e pelos processos de convergência, tem demandado novos desafios às emissoras, que estão sendo forçadas a reverem seus modelos de comunicação. Os telejornais, por exemplo, que se diferenciam de outros programas por pertencerem a um gênero que tem o caráter de seriedade como tom principal, tentam estabelecer uma relação mais próxima com a audiência, com bastante frequência. O presente trabalho discute sobre a estratégia de renovação que as emissoras têm encontrado para fugir de um formato "engessado" de apresentação, produzindo ênfases mais argumentativas e provocando sentidos de conversação – na tentativa de incluir o telespectador no enunciado. Observaremos que essa estratégia se materializa não só com a produção de linguagem conversada, performática e menos narrada, mas até mesmo com a readaptação do cenário, que dá mobilidade aos jornalistas.

Palavras-chave

Jornalismo; Telejornalismo; Renovação; Linguagem; Participação.

Abstract

The development of television, delimited (mostly) by technological change and the processes of convergence, has demanded new challenges to broadcasters, who are being forced to revise their models of communication. Television news, for example, which differ from other programs because they belong to a genre that has the character of seriousness as the main tone, try to establish a closer relationship with the audience, quite often. This paper discusses a innovation strategy that broadcasters have found to escape a "cast" presentation format, producing more argumentative emphasis senses and provoking conversation - in an attempt to include the viewer in the statement. Observe that this strategy is embodied not only in language production conversed, performance and less reported, but even with the upgrading of the scenario, which gives mobility to journalists.

Keywords

Journalism; TV News; Innovation; Language; Speech; Participation.

RECEBIDO EM 25 DE OUTUBRO DE 2014
ACEITO EM 03 DE MAIO DE 2015

¹ Jornalista, doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. Professora do curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão. Contato: liviacirne@gmail.com

Os telejornais estão mudando suas formas de apresentação e renovando sua linguagem, geridos pela intencionalidade de se aproximar cada vez mais dos seus telespectadores. Nos últimos anos, sobretudo sob a influência da digitalização e dos processos de convergência, eles têm rearranjado seu modo de enunciação, oferecendo espaço para manifestações das experiências pessoais dos jornalistas e até incluindo esses espectadores nos textos veiculados.

Explicando resumidamente a teoria da enunciação, podemos dizer que sob o ponto de vista discursivo, toda enunciação implica na presença de um enunciado, ou seja, a existência de um dito. Se há um dito, há também alguém que o produziu dirigido a um outro alguém, o que sugere concluir que toda produção de enunciado pressupõe dois actantes instaurados na cena: 1) um enunciador (um "eu"), ou seja, um emissor, que efetiva o ato de dizer, 2) e um enunciatário (um "tu"), isto é, um receptor, para quem a mensagem é destinada, quer dizer, aquele para quem se fala². Isso significa que, na ação de enunciar, o "eu" não só se define, mas também assegura a existência de um "tu", a quem deseja "convencer", a quem se manifesta uma intenção de fazer crer naquilo que é dito, de alguma maneira. A enunciação, então, é um ato de interação, que visa, de algum modo, unir um "eu" a um "tu" (BENVENISTE, 1989).

De acordo com Benveniste (1989), esse "tu", apesar de ser indispensável, já que o enunciador só se estabelecer como tal ao interagir com ele, não dispõe da mesma competência do "eu", porque na ação de constituição do discurso, todo o sentido de temporalidade e espacialidade é regido pelo "eu" falante. A inscrição do enunciado se dá, pois, tomando como referência o tempo e o espaço em que se ordenam, na dependência do enunciador. Nesse sentido, o "aqui" refere-se ao ambiente do "eu", a partir do qual os demais espaços se apresentam como "ali", "lá", "aí", etc., e o "agora" ao instante marcado pela combinação entre o tempo do fato

² Esse "tu", mesmo sendo um receptor, não é um ser passivo e manipulável. É um actante que, ao mesmo tempo em que recebe as informações produzidas pelo "eu", interpreta, reavalia e constrói significações.

exposto e a enunciação do fato em si (FIORIN, 2008), a partir do qual os outros momentos se caracterizam como passado e futuro.

A partir disso, temos que a enunciação se baseia na tríade: actante, espaço e tempo, e essas três categorias se arranjam, no discurso, a depender da intenção que se deseja produzir. O mecanismo de instauração dessas instâncias é o que se entende por *debreagem* (FIORIN, 1995). “*Debreagem* é a operação em que a instância de enunciação disjunge de si e projeta para fora de si, no momento da discursivização, certos termos ligados a sua estrutura de base com vistas à constituição dos elementos fundadores do enunciado, isto é, pessoa, espaço e tempo” (GREIMAS & COURTÉS, 1979, p. 79, *apud*, FIORIN, 1995, p. 26). De tal forma, a discursivização apresenta-se como o procedimento instaurador da pessoa, tempo e espaço “reais” e as suas representações actancial, espacial e temporal do enunciado. A manifestação explícita, ou não, do “eu”, do “aqui” e do “agora” é que vai determinar os efeitos de sentido atribuídos a enunciação.

Mas, e no telejornal, como são estabelecidas tais analogias? No exercício de produzir e transmitir informação, essa modalidade televisiva põe em interação os diferentes níveis a que se fez menção. Fchine (2008), ao refletir sobre as disposições dos papéis enunciativos apropriados ao telejornal, entende que o enunciador corresponde, na realidade, a um conjunto de funções responsáveis pelo processo de produção do programa. O “eu” pressuposto é a equipe que coordena, pensa e elabora os conteúdos do telejornal, almejando, de certo modo, um público específico. Esse público obedece ao que Vizeu (2005) classifica como “audiência presumida”: uma plateia construída simbolicamente pelo telejornal. Desse modo, a equipe do programa produz um discurso para um “tu” pressuposto, que se configura como uma ideia pré-concebida dos prováveis perfis de telespectadores que, naquele horário de exibição, ocupariam o lugar da recepção.

Inserido no enunciado, existe a voz do(s) apresentador(es), que se responsabiliza(m) pelo texto em situação de comunicação, comandando toda a cena e dirigindo sua mensagem não mais a um público idealizado, e, sim, a uma audiência figurativizada, que está lhe(s) assistindo, e que, inclusive, também pode ser inscrita no discurso, por meio de diversas

maneiras, como quando é interrogada (“você gosta de viajar?”), quando recebe orientações (“para se inscrever, você precisa de...”) ou ordem (“preste atenção...”, “veja...”), por exemplo. Nesse caso, tais atores enunciativos são seres reais, dotados de intenções, que se equivalem ao “eu” e o “tu” projetados no interior do enunciado, instaurando-se, portanto, como o narrador (locutor) e o narratário (locutário), conforme representa a Figura 01.

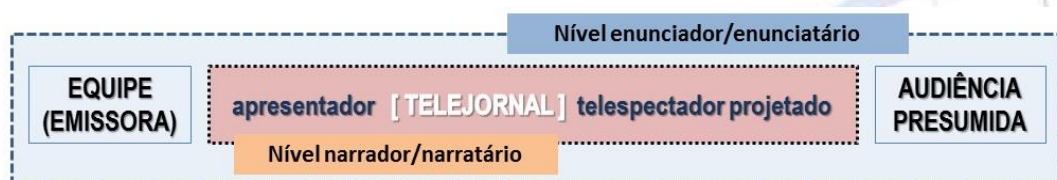


Figura 01: Actantes da enunciação telejornalística³

Baseado em: Fechine (2008)

Observa-se, ainda, que, sendo o telejornal o produto de uma montagem de vozes, por projeção, os apresentadores não se instauram como os únicos sujeitos, pois essas mesmas relações se estabelecem na instância do enunciado englobado, no qual os repórteres se organizam como os responsáveis pelo novo discurso. Os apresentadores funcionam, então, como condutores, que delegam voz aos repórteres, os quais têm por função evidenciar os fatos, introduzindo-se, cada qual, como um outro “eu”, que fala para um “tu” correspondente. Nesse intercâmbio, delimitam-se os diferentes papéis enunciativos do ato, no qual o apresentador assume a conduta de narrador principal, no telejornal, e os repórteres como narradores secundários, nas unidades menores, como a (FECHINE, 2008).

Embora os repórteres constituam uma voz projetada no discurso (também promovendo interação com o telespectador) e desempenhem

³ Na figura, fazemos referência ao nível do enunciador/enunciatário e o nível do narrador/narratário. O primeiro corresponde ao autor e leitor do texto, mas, não, os “reais”, fisicamente falando, pertencentes ao mundo extralinguístico. São uma imagem implícita do autor e do leitor construídas pelo enunciado. São uma idealização de quem produziu o discurso. Referem-se ao “eu” e o “tu” pressupostos. Já o segundo nível diz respeito ao “eu” e ao “tu” que ocupam posições dentro da cena enunciativa. O narrador e o narratário são o “eu” e o “tu” projetados no interior do texto, que aparecem, efetivamente, figurativizados no enunciado. São os atores individualizados postos em ação pelo enunciador.

participação fundamental para o programa, com o compromisso de revelar os fatos reais, deteremos nossa investigação aos apresentadores, por entendermos que eles alcançaram um *status* especial na mediação, não só por regerem a entrada dos demais jornalistas, mas por serem imputados como a marca registrada do programa. Além disso, diferentemente dos outros actantes envolvidos na composição do telejornal, a sua presença no discurso é parâmetro para um conjunto de relações espaciotemporais, pois o espaço e o instante de fala deles são o “aqui” e o “agora”. A atuação “ao vivo” estabelece a sincronia entre a narração do apresentador, a transmissão do programa e a recepção do telespectador. O mesmo não é possível garantir ao convocar os repórteres, já que suas intervenções, na maioria das vezes, não acontecem simultaneamente à exibição do telejornal, pois boa parte das matérias é captada e editada, para ser exibida num momento posterior ao acontecido.

Desse modo, a concomitância entre o apresentador-narrador e o telespectador-narratário pode ancorar vínculos e sustentar uma interação mais próxima da conversa. Por isso, acreditamos que a função dos apresentadores parece suscitar um olhar mais atento em relação ao desenvolvimento de suas performances, uma vez que elas são estratégicas e têm um impacto incisivo na aceitação ou não da audiência. Ao se manifestarem como os “eus” projetados, dependendo de como deixam (ou não) suas marcas no enunciado, eles acabam por imprimir certos efeitos de sentido (*proximidade vs. distanciamento*) ao telejornal, provocando maior engajamento ou não, do telespectador. Somado a isso, há uma discreta busca por uma postura mais leve, mais íntima e com descontração. Essas operações estão subjugadas, primeiro, aos interesses do enunciador, do “eu” pressuposto, que tem a competência de propor o *tom principal* da emissão. O *tom* da emissão (JOST, 2007) se refere, em linhas gerais, ao planejamento das práticas sociais e discursivas, que podem ser conferidas ao programa veiculado, com o intuito de satisfazer às expectativas do enunciatário. Em síntese, os tais efeitos são o *tom* proposto no nível do enunciador e posto em ato pelo narratário, como trataremos a seguir.

Sobre o tom dos telejornais e os efeitos de sentido na enunciação

Na concepção dos programas televisivos, preside uma lógica mercadológica e tecnológica, mas também a discursiva, que determina suas formas de manifestação ou como será tratado seu público (DUARTE, 2004). As várias edições dos telejornais distribuídas pela grade de programação televisiva, em distintos horários, por exemplo, não só impõem cuidados diferenciados na produção dos acontecimentos retratados, como preveem diferentes possibilidades de articulação entre os apresentadores e telespectadores. Os modos de endereçamento utilizados, empregando certos efeitos de sentido, ainda que pareçam espontâneos, são fruto de um planejamento pensado nas etapas de concepção do programa. Eles têm a ver com o *tom*.

Na narrativa televisual, de acordo com Duarte (2004), o *tom* diz respeito ao conjunto de aspectos de conteúdo da situação comunicativa atualizada por um programa, responsável pela determinação de uma ancoragem específica, por meio da qual o enunciador deseja que o enunciatário reconheça o produto que lhe está sendo ofertado. É através dele que um programa se diferencia de outros, fundando uma relação particular com a audiência. A conferência do *tom* (ou *tonalização*) é uma decisão estratégica, pois ele é que vai ditar como os actantes deverão se comportar na emissão. Conforme a autora,

O *tom* confere, então, ao discurso produzido, um modo de dizer que se projeta diretamente sobre os sujeitos da comunicação (...), operando sobre o conhecer para fazer sentir e sobre o sentir para fazer conhecer; sobre o dizer para fazer fazer e sobre o fazer para fazer dizer. Quando esse *tom* é muitas vezes reiterado nas produções de um mesmo sujeito, acaba por se transformar em uma marca estilística (...) de determinados programas televisivos. (DUARTE, 2004, p. 123)

Essa deliberação tonal se orienta pelo esforço em compatibilizar o gênero do programa com: o seu tema, o horário de veiculação, o tipo de audiência prevista e a maneira com que se deseja manter uma interação com ela, a partir de um dizer específico. Trata-se de um “jogo”, no qual a intenção do emprego preconcebido do *tom* é nutrir um engajamento

ritualizado entre as partes envolvidas na instância da enunciação, capaz de torná-las cúmplices e o programa, cativo. Quando se acerta o *tom*, significa afirmar que houve a conquista do telespectador.

Cada modalidade televisiva aciona um *tom principal* ao discurso produzido – será o determinante no programa –, que está relacionado à expectativa do gênero, ou seja, ao que já é intuitivo e adequado. Em seguida, combina-o com outros *tons*, os *tons complementares*, que se inscrevem na discursivização, permitindo que dado programa assuma características específicas. Isto é, um programa hipotético pode ter como *tom principal* a ludicidade, mas, ao mesmo tempo, pode agregar informalidade, ironia, superficialidade e proximidade. Um enunciado qualquer, por exemplo, pode também, além de se ajustar a outros *tons*, oscilar entre mais ou menos superficialidade. Assim, dependendo da significação que se deseja aplicar ao produto televisivo, o texto pode variar entre movimentos de *modulação* ou de *gradação de tons*, em que o primeiro diz respeito à mudança do *tom principal* para os outros complementares e, o outro, à ampliação ou redução da ênfase de certo *tom*.

No caso particular do telejornal, entendemos que, por se reportar ao real, apoiado numa transmissão direta, o gênero possui uma composição enunciativa cristalizada, que guia toda a produção na tentativa de provocar a noção de verdade no telespectador. Essa verdade, obviamente, não é a dos fatos, em si, mas a verdade discursiva, ou seja, aquela que é construída pela televisão. São fragmentos de realidade, inclusive estruturados por uma série de operações técnicas, tais como: enquadramento e movimento de câmeras, edição das imagens, escolha das fontes, etc. Essa verdade discursiva apresentada pelos telejornais busca criar relações de credibilidade, estabelecer um regime de crença. Ela tem que parecer incontestável à recepção do telespectador. E, independentemente do suporte, essa é uma característica, epistemologicamente reconhecida, dos princípios jornalísticos. Historicamente, as diversas modalidades jornalísticas estiveram ancoradas em regras particulares e em valores-padrão que indicassem essa “maneira mais adequada” de se transmitir informação.

É justamente nesse sentido que Duarte & Freitas (2007) afirmam que a prescrição estratégica de um *tom principal* é imprescindível. As autoras compreendem que a tonalização do telejornal se refere à categoria *disposição*, pois o que deve imperar é a *seriedade*. Nos diversos modelos de telejornais, observamos que as equipes se dizem sempre compromissadas com investigações e relatos bem apurados e corretos, procurando, com cautela, ouvir vozes (comuns ou autoridades no assunto) que possam legitimar o que está sendo mostrado. Eles se atêm, fundamentalmente, ao caráter de novidade das informações e os temas são de interesse público e/ou que lidam com questões alusivas à responsabilidade social e à prestação de serviços. A entoação pausada do texto, a “postura intelectual”, as técnicas de iluminação, com harmonização de cores, o cenário discreto, a sonorização, os registros das câmeras, os recursos de edição e o vestuário dos narratários também reforçam a *seriedade*.

Esse *tom*, que é planejado no nível enunciativo, é posto em ação, principalmente, através do comportamento do apresentador-narrador, como porta-voz oficial do programa, tanto nos mecanismos de expressividade adotados, quanto nas estratégias discursivas. Como condutor dos demais atores da edição telejornalística, ele é responsável não só por manter a *seriedade*, mas também, dependendo do tempo de exibição e dos próprios acontecimentos, por combiná-la com outros *tons complementares*, que tradicionalmente foram se validando, como: formalidade, profundidade, regularidade (repetição de cenários, do número de apresentadores e número de blocos, por exemplo), distanciamento, etc. (DUARTE & FREITAS, 2007). É o apresentador, sobretudo, que realiza a dinâmica da *modulação* e da *gradação tonais* e, exatamente nessas oscilações, tencionam-se algumas das atuais e principais mudanças nos telejornais, em especial no que diz respeito à dedicação ao *tom formal* e de *distanciamento* consagrados nos primeiros formatos.

Ao longo dos anos e com o desenvolvimento tecnológico, a transformação cultural e, acima de tudo, com a chegada do processo de digitalização, os telejornais vêm, com sutileza, operando rupturas em suas configurações, em função das nuances /*formalidade vs. informalidade*/ e

/distanciamento vs. proximidade/. A postura sisuda, os comentários contidos, a performance “bem comportada” dos apresentadores por trás de uma bancada, que são indicativos da *formalidade*, isso tudo, aos poucos, foi cedendo espaço, a uma conduta menos engessada, mais descontraída, valendo-se de frases com termos coloquiais, com maior liberdade de avaliação crítica dos assuntos exibidos e explorando possibilidades de locomoção no estúdio ou até fora dele, separando-se de uma estrutura cênica clássica. A *informalidade* também é notada nas demonstrações de irritação de alguns apresentadores ou no provisório desuso do *teleprompter*, cabendo uma “improvisação provocada”. Ou quando os apresentadores sorriem, aderem ao uso de bordões, de provérbios e trocadilhos e não são mais convocados por nome e sobrenome e, sim, só pelo nome. Ou, ainda, quando se entreolham e partilham experiências pessoais, durante a transmissão.

Tudo isso se alia a um maior grau de *proximidade*, ao organizarem uma forma particular de proferirem seus textos, em vez do *distanciamento* conferido aos formatos mais antigos. Enquanto que nos modelos tradicionais, via de regra, predominava a busca pelo sentido de objetividade, com uma narrativa impessoal do apresentador, principalmente, em alguns atuais é observada não só uma manutenção da objetividade em momentos específicos, como uma inclinação acentuada por um efeito de subjetividade na narrativa, construindo, no interior do discurso, uma relação cordial com o telespectador. Nesse caso, o que vai conferir esses efeitos de sentido são exatamente as *debreagens* realizadas na enunciação.

A rigor, imputou-se que delimitando o campo de atuação do apresentador-narrador, como um actante onisciente, que não participa dos acontecimentos, suprimindo o “eu” do enunciado, para dar ênfase ao “ele”, ou seja, a uma produção de texto em terceira pessoa, acompanhado de verbos que se flexionam no infinitivo, sem predicados substanciais, estar-se-ia conferindo maior precisão às informações e uma aparente neutralidade ao discurso do telejornal, conforme mostramos na narração do apresentador abaixo, datada de 08 de julho de 1991:

Cid Moreira: O INAMPS proíbe, em todo o estado do Rio, o uso do soro que matou três crianças. Os fabricantes dos produtos também serão responsabilizados pela contaminação de mais oito bebês.

(...)

O ministério da saúde enviou um comunicado às secretarias estaduais de saúde determinando a suspensão imediata do consumo do soro dos hospitais e a interdição dos estoques. O uso desse soro vai ficar suspenso até o resultado da análise, que está sendo feita pela Fundação Oswaldo Cruz. (JORNAL NACIONAL, *documento web*)

Os apresentadores, por muito tempo, apenas operaram esse tipo de discurso, obedecendo às regras de imparcialidade, fabricando a ilusão de afastamento, por meio da elaboração de um discurso do “ele”, no tempo do “então” e no espaço do “lá”. Esse sujeito funcionou, inicialmente, apenas como uma voz que tem o papel de relatar os fatos e os pareceres de outros (especialistas, fontes, etc.). Todavia, nos últimos anos, a intensidade desse *tom* tem diminuído, configurando um texto com pretensas buscas por *aproximação* entre o apresentador-narrador e o telespectador-narratário, no qual o primeiro assume um “eu”, que se manifesta declaradamente como “eu”, e fala para um “tu”, denominado como “tu”. O discurso construído é de um “eu” que se inscreve enunciativamente como um “ser comum”. Há uma recorrente instauração de um texto em primeira pessoa, com o uso de pronomes possessivos (*seu(a), nosso(a), etc.*) e demonstrativos (*este(a), esse(a), etc.*), bem como advérbios, principalmente, de intensidade (*bem, mal, muito, pouco, etc.*) e modo (*comumente, literalmente, etc.*). Por meio de movimentos de planos e de ângulos de câmeras (com tomadas em *close* até), os apresentadores são focalizados atribuindo juízo às notícias, simulando interação com o telespectador ou realizando interlocuções com outros repórteres, ao vivo. Os destaques propositais em itálico do trecho a seguir servem para demonstrar como essas marcas de subjetividade fluem no texto do apresentador:

Evaristo Costa: Catadora de pilhos, *você já* ouviu falar, *Sandra?*
[risos]

Sandra Annenberg: Nunca tinha ouvido, até *agora*. [risos]

Evaristo Costa: E *you* já ouviu falar? [apontando para o telespectador] Pois é, tem gente ganhando dinheiro com *isso*.

Sandra Annenberg: A *melhor* maneira de combater *esse* inseto, quase invisível, é dar uma olhada na cabeça das crianças e passar, *literalmente*, um pente fino. Pelo menos uma vez na semana. (JORNAL HOJE, 22 maio 2013)

Esses mecanismos de projeção, de um “eu-indivíduo”, propiciam a imagem de um apresentador que, de alguma forma, também se identifica com a experiência do telespectador. Entendemos que tal simulação da conversação entre os dois eixos do nível do narrador/narratório e o efeito de intimidade creditado a alguns telejornais atuais, acionados para provocar a aprovação e a adesão da audiência, têm sido enxergados como uma tendência para os futuros formatos digitais. Mas, obviamente, essa expansão foi gradual; não sucedeu de uma hora para outra.

A readaptação da linguagem, os desdobramentos dos *tons* do telejornal e a descoberta pelos ajustes entre os procedimentos de *modulações* e *gradações* aconteceram a partir de experimentações discretas, para que o programa não perdesse as características do gênero. As tentativas foram inseridas, sobretudo, com base nos investimentos dos recursos tecnológicos e no acompanhamento das modificações culturais. Na medida em que uma nova técnica era incorporada e o comportamento da sociedade mudava, padrões de apresentação tendiam a ser reconfigurados, com vistas a atender a expectativa do telespectador. Sendo assim, abordaremos, agora, como essas modificações na apresentação agiram no âmbito da prática, ou seja, como os apresentadores foram mudando sua atuação, no decorrer dos anos.

As mudanças de apresentação no telejornalismo

No início do telejornalismo brasileiro (*Imagens do Dia*, 1950; *Telenotícias Panair*, 1951; *O Que Vai Pelo Mundo*, 1952), quando não havia profissionais especializados na produção de televisão, as técnicas de apresentação se baseavam nos boletins e nos programas informativos veiculados nas rádios. Os jornalistas de TV (um para cada edição) eram, na realidade, locutores⁴, com pouca desenvoltura expressiva, que,

⁴ Muitos não eram jornalistas, de fato, mas artistas que faziam sucesso no rádio ou no teatro.

adotando uma postura de seriedade e linguagem formal, em frente à bancada, apropriavam-se das recorrentes improvisações do “ao vivo”, bem como escreviam e liam as matérias com entonação radiofônica. Em virtude da precariedade tecnológica do setor audiovisual da época, não se explorava muito a imagem e só algumas notícias eram narradas auxiliadas pela filmagem de ilustrações em preto e branco e sem som (CIRNE, 2012). As dificuldades de captação e revelação impediam a exploração de uma cobertura dos factuais pelos repórteres, e os apresentadores detinham muito espaço na transmissão.

A partir do lançamento do *Repórter Esso* (1953), o primeiro telejornal de sucesso do País, passou-se a desenhar um novo modelo de apresentação das notícias, que embora tivesse, ainda, um processo produtivo similar ao que era característico do rádio, marcou por iniciar uma narrativa muito mais televisiva (PATERNOSTRO, 2006), com o apresentador focalizado em plano americano, oralizando um texto objetivo (frases curtas e sem adjetivos). Mesmo que se prezasse pela objetividade na enunciação, já se tentava uma linguagem mais direcionada ao telespectador, a começar pelo *slogan* de abertura criado: “Aqui fala o *seu* Repórter Esso, testemunha ocular da história”. O formato do programa foi se solidificando, e os jornalistas começaram a ser guiados por um Manual do Repórter Esso, que padronizava essa forma de apresentação e balizava regras básicas do texto para TV.

O estilo radiofônico na TV só começou a ser ameaçado em 1962, com a estreia do *Jornal Vanguarda*, quando se explorou a possibilidade de incorporar mais jornalistas no estúdio, inclusive, inovando, com a presença de comentarista, com discursos informais, tornando a apresentação mais dinâmica⁵. Nesse período, as emissoras começaram a fazer uso do videotape (VT), que facilitou a renovação da linguagem do telejornalismo, pois as edições que contavam com longos planos-sequência e poucas matérias passaram a ser compostas, também, por várias matérias, sendo elas gravadas e com um melhor acabamento de

⁵ O afã pela inovação era tamanho, que houve momento de dez apresentadores se dividirem no estúdio.

edição. Nos estúdios, as apresentações podiam ter mais ação, a partir do uso de vários planos de câmara e das chamadas pelos VTs.

O início das grandes mudanças enunciativas, porém, só veio com a inauguração da *TV Globo*⁶ (1965) e o subsequente lançamento do *Jornal Nacional* (1969), o primeiro telejornal transmitido em rede, com pontos de “ao vivo” espalhados pelo Brasil, graças ao avanço do sistema de emissão por micro-ondas e por satélite. O *Jornal Nacional (JN)* foi responsável por uma série de inovações (MEMÓRIA GLOBO, 2004) e por instituir uma “fórmula”⁷ de referência para telejornalismo em todo o País, criando um estilo de apresentação apoiado no modelo americano então vigente. A possibilidade de percorrer o País⁸, através dos *links*, introduziu com mais ousadia o conceito de instantaneidade, promovendo a sensação de que o noticiário está acompanhando todos os acontecimentos em tempo real. Em razão disso, revelou-se uma preocupação dos idealizadores do programa em padronizar a fala dos jornalistas (eliminando sotaques), justificada como uma tentativa de gerar uma neutralidade, em respeito à diversidade regional, e de, conseqüentemente, facilitar o entendimento dos telespectadores, sem admitir interpretações erradas. Os apresentadores passaram a ter não só um “comportamento-padrão”, como um “sotaque-padrão”.

Dentre as novidades, destaca-se, ainda, o reforço da importância do uso das imagens e uma busca por textos mais objetivos, melhor distribuídos, pausados, com maior número de frases, mas, ao mesmo tempo, evitando informações supérfluas (MEMÓRIA GLOBO, 2004). A valorização da imagem implicou uma diminuição da participação dos apresentadores durante o telejornal e, de certa maneira, a apropriação de uma performance mais contida. A adoção de dois jornalistas posicionados atrás da bancada lendo os textos de forma alternada passou a ser regular

⁶ Em 1965, quando surgia a *TV Globo*, nasceu também o *Tele Globo*, veiculado duas vezes por dia. Permitiu-se, a partir daí a possibilidade de explorar dois tipos de sentidos enunciativos, de acordo com o horário do telejornal: na versão diurna, a entonação dos apresentadores era mais ponderada e a composição dos blocos era dada por matérias leves; na noturna, a postura dos apresentadores era mais séria e as matérias tinham informações mais densas do Brasil e do Mundo. (CIRNE, 2012)

⁷ Nessa época, a TV Globo criou o conceito de “Padrão Globo de Qualidade”, que, dentre outras funções, previa a redução dos improvisos e estabelecia normas de produções mais sofisticadas, a partir do desenvolvimento técnico e do treinamento dos profissionais.

⁸ Com o avanço do sistema de transmissão em longas distâncias, o *Jornal Nacional* se destacou também por ser o primeiro a fazer uso dos correspondentes internacionais.

e, diferentemente do que havia na época, esses apresentadores podiam gozar, moderadamente, de uma linguagem mais íntima do telespectador, através do *Boa Noite*⁹, por exemplo, agindo com naturalidade, porém tinham por dever manter a formalidade, evitando gesticulações exageradas, imposição da voz ou abuso de expressões fisionômicas.

Pouco tempo depois, nos anos 70, o investimento no *teleprompter* possibilitou que os apresentadores dirigissem o olhar ao telespectador e pudessem ler o texto com mais espontaneidade, simulando a “ideia de que o locutor está na sala da casa quase conversando com quem está assistindo” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 51). Nesse mesmo período, a implementação da recepção e transmissão em cores, também protagonizada pelo *JN*, introduziu, mais uma vez, a renovação nas formas de apresentação, não só obrigando uma transformação estética (cenário, vinhetas e figurinos), como sinalizando uma maior precaução nas marcas de expressão dos condutores do programa, já que, com um sistema colorido, os telespectadores percebiam com mais precisão os detalhes. Ficou mais evidente que a postura, as vestimentas, a maquiagem, o corte de cabelo e o penteado, que constituem a identidade visual do telejornalista, eram estratégicos e poderiam engendrar certos sentidos ao *Jornal Nacional*, não só exercendo influência sobre a mensagem veiculada, mas também assegurando critérios-base do jornalismo, como: seriedade, credibilidade e imparcialidade. O cuidado com a construção dessa identidade visual, reforçada pela transmissão em cores do *JN*, de forma sutil, acabou ditando a uniformização do discurso estético dos jornalistas de televisão (AQUINO, 2011).

Após todos esses investimentos, no final dos anos 70, os telespectadores já estavam totalmente familiarizados com o formato de telejornalismo proposto pela *TV Globo*, e profissionais especializados na área foram surgindo. A partir daí as emissoras ampliaram seus manuais com o objetivo de orientar normas de condução dos programas informativos e apresentar as práticas das redações de TV. Tinha início uma linguagem jornalística específica para televisão, destituindo-se

⁹ Foi o telejornal que adotou o recurso da saudação ao telespectador como promessa de intimidade.

totalmente do que se figurava na rádio. Assim, essas emissoras passaram a seguir, basicamente, o mesmo formato descentralizado: o(s) apresentador(es) lendo as notícias em estúdio – sem manifestar opiniões pessoais – e anunciando as entradas dos repórteres. Foi-se convencionando, então, o que Machado (2000) chamou de telejornalismo de tipo *polifônico*. Nesse modelo, o apresentador funciona como um regente de enunciados, em que as diversas vozes que compõem o telejornal (repórteres, entrevistados, entrevistadores, correspondentes, etc.) têm um peso e uma importância equivalente aos dele. A função do apresentador não é de gerir comentários, expondo seu ponto de vista ou suas conclusões sobre os temas¹⁰, mas de delegar voz aos demais jornalistas, amarrando os vários enunciados englobados que constituem o telejornal. Todos os protagonistas da enunciação envolvidos no telejornal são, de certo modo, autônomos, cada um contribuindo para o todo.

O enunciado 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 linguístico das citações. Não por acaso, nesse tipo de estrutura, o apresentador nunca usa a primeira pessoa (nunca diz “eu acho...”), mas recorre sempre ao plural quando precisa designar o agente enunciativo (“nós, do telejornal X, achamos que...”) (MACHADO, 2000, p. 108).

Porém, no fim dos anos 80, em 1988, quando a TV já estava mais acessível à população brasileira, o *SBT* teve a ideia de inovar o jornalismo do canal e confrontar esse modelo tradicional que havia se estabelecido, com a concepção do *TJ Brasil*. A diferença proposta pelo *TJ Brasil*, de imediato, estava no fato de o cenário ser a própria redação, com vários monitores acoplados ao fundo e jornalistas trabalhando no entorno, porém não era só isso. Houve mudança no comportamento do apresentador. Na época, os noticiários norte-americanos experimentavam a ideia de o apresentador concentrar também o cargo de editor-chefe e, a direção do *SBT*, com o intuito de atrair a atenção das classes mais altas e

¹⁰ Nesse modelo enunciativo, essa é uma atribuição dos comentaristas, especialistas ou analistas, que interpretam os acontecimentos, num tom crítico ou explicativo, com marcas explícitas do “eu” no discurso, deixando claro que o texto expresso é a sua opinião, ainda que, de forma velada, seja também a da emissora.

mais politizadas, decidiu apostar nesse esquema de apresentação, no qual o jornalista condutor do programa¹¹ comanda várias atividades, isto é, além da função básica de exibir o telejornal, ele também elegia os assuntos que iriam ao ar, em qual formato (*nota simples, VT, link, nota coberta, etc.*) e com que importância. Além disso, não só guiava as notícias do programa, como fazia comentários, retrucava as informações dos entrevistados e, principalmente, polemizava, destituindo-se daquele perfil de jornalista que prezava pela isenção e imparcialidade. Embora esse apresentador lesse o texto, assim como os demais do estilo *polifônico*, ele sabia exatamente do que está falando e que força deveria atribuir à notícia, porque ele participava da rotina de produção, alterando o que lhe for conveniente. Assim, as ênfases, as pausas e o tom do texto eram, propositalmente, melhor explorados, com ganchos dramáticos.

Surgia no Brasil, portanto, a figura do âncora¹² e, conseqüentemente, o modelo de noticiário *centralizado* e *opinativo* (MACHADO, 2008). Nesse modelo, "a voz *over* do apresentador costuma se sobrepôr às matérias e às outras vozes do telejornal, emoldurando-as com o crivo de seu comentário" (MACHADO, 2008, p. 107). O âncora se tornava a liderança de toda a cadeia de produção jornalística, uma autoridade simbólica. Um protagonista, com fortes poderes de decisão e de organização dos enunciados.

No caso especificamente do *TJ Brasil*, que lançou essa modalidade no País, o âncora era o responsável por criar um modo próprio de dramatizar as notícias, recebendo reforço por meio de uma profusão de planos de câmeras e de gestualidades. Boris Casoy, que comandava o programa, criou bordões¹³ para apregoar indignações e rompeu até com o padrão de postura ereta e "mecânica" dos apresentadores, aparecendo, em algumas situações, ao final de um VT e retomada para o estúdio,

¹¹ Boris Casoy.

¹² O termo foi apropriado vulgarmente no Brasil, mas na versão "real" que inspirou o termo, a função dos apresentadores norte-americanos não é emitir comentários ou opiniões declaradas nos telejornais. De certo modo, a personalização aparece – velada – na produção, montagem e transmissão dos programas, já que são esses jornalistas que exercem papel de editores-chefes (SQUIRRA, 1995).

¹³ "Isso é uma vergonha" e "É preciso passar o Brasil a limpo".

fazendo leves giros na cadeira, acompanhados pela câmera, e abusando de olhares pulsantes.

Em vez das condutas distanciadas comuns aos apresentadores do consagrado modelo *polifônico*, Bóris Casoy diferenciava-se por delimitar seus posicionamentos acentuadamente. De certo modo, esse comportamento trazia o público para perto, conquistando confiança, visto que muitas de suas análises soavam como ecos do pensamento do telespectador.

Para Squirra (1995, p.43),

Até a chegada deste modelo, todas as emissoras, mesmo as estatais, tinham no formato e estilo implantados pela Rede Globo o princípio televisivo a ser inquestionavelmente seguido. Pairava em todas as redações um certo temor de fugir àquele padrão, que, justamente, por arrebatara a audiência, deveria ser idolatradamente reproduzido nas demais redes ou emissoras locais.

Essa estratégia enunciativa ganhou destaque no *SBT*, e o sucesso foi tanto que o mesmo programa ganhou uma edição resumida antes do início da madrugada. Na década de 1990, essa possibilidade de explorar um apresentador participativo, que “atuasse” na bancada, também esteve aliada a um momento particular da programação televisiva: a busca pela popularização. A preocupação em boa parte das emissoras era delinear formatos mais populares. Para isso, muitos programas tentavam explorar histórias reais de forma quase “teatral”.

O *Aqui e Agora* (1991), cópia do noticiário argentino *Nuevodiário*¹⁴, foi o precursor desse tipo de telejornal, no qual os repórteres e o apresentador eram excessivamente performáticos e exploravam um texto “sem cerimônias”, envolvendo-se nas emoções e nas intimidades dos personagens das reportagens, sem preocupação com o acabamento perfeito das notícias. A coloquialidade estava tão presente no repertório do *Aqui e Agora*, que o texto das chamadas dos VTs chegava a conter trocadilhos, frases clichês e gírias.

¹⁴ O telejornal argentino já estava no ar há dez anos, no canal 9, em Buenos Aires.

Muitas vezes, os dois apresentadores criavam em cima do *script* do telejornal, mudando o texto para uma linguagem mais popular, para despertar a atenção do telespectador. Abaixo, dois exemplos das mudanças feitas de última hora pelos apresentadores: (...)

Ivo Morganti: "Preto no branco!!! Traficante africano é preso com seis quilos de cocaína, em Recife!

Cristina Rocha: "O repórter Jota Ferreira gasta todo o inglês que tem direito e tenta arrancar alguma coisa do traficante..."
(SANTOS, 2006, p. 21-22, itálico do autor)

Foi depois dessas apostas do *SBT* que presenciamos uma certa inclinação por esses formatos de noticiários com textos opinativos, linguagem coloquial e atuação dinâmica. Nessa modalidade do telejornal *centralizado*, tem início um recorrente investimento no que Lana (2007) chama de *telejornalismo dramático*, no qual há uma predominância pela construção de um discurso comovente, apelativo e espalhafatoso, como artifício de proximidade da realidade.

Para o *telejornalismo dramático*, não basta só descrever o crime, mas "é necessário aproximar-se do acusado, ver seu rosto, ouvir sua voz, é preciso ver também de perto a cena do evento, mesmo que deserta, os objetos encontrados, a arma usada, ver e ouvir a vítima" (LANA, 2007, p. 36). Os apresentadores desses programas, portanto, passam a tecer uma lógica de conduta diferenciada, tomados por comentários mais exaltados: espetacularizando as cenas e clamando vibrantemente por justiça. A postura é mais despojada na bancada: com cotovelos sobre a mesa, batidas das mãos ou pressão dos dedos sobre a bancada. Quando em pé, andam pelo estúdio, movimentam demasiadamente as mãos, alargam os olhos e até chegam a apontar para o telespectador e a usar palavras grosseiras. Os seus textos são adjetivados e transmitem uma indignação que supostamente seria a do telespectador. Nesses modelos, os estúdios também passaram a ser menos discretos e dotarem de mais cores, satisfazendo a ideia de um "jornalismo-show".

De acordo com Hagen (2008), eram tantos os telejornais que adotavam essa possibilidade de engajamento emocional dos apresentadores com telespectadores, nos anos 90, que até o rigor das técnicas de apresentação prezando a objetividade do discurso jornalístico

dos telejornais hegemônicos da *TV Globo*, na época, teve que ser revisto¹⁵. O *Jornal Nacional*, por exemplo, que ainda mantinha o estilo tradicional de apresentação, substituiu a dupla de apresentadores Cid Moreira e Sérgio Chapelin por William Bonner e Lillian Witte Fibe, mais jovens e envolvidos com a produção do telejornal, para dinamizar as coberturas.

As emissoras começaram a perceber que apenas informar não era o suficiente, havia a necessidade de se constituir uma maior interação dialógica com aqueles que acompanhavam as notícias e de proporcionar algo que os fidelizassem durante a transmissão (HAGEN, 2008). Mais adiante, sob a influência dos programas de auditório (apresentador com mobilidade) e de entrevista (apresentador relaxado, acomodado em ambiente descontraído) que inovavam a programação popular, alguns telejornais diurnos e, principalmente, os de abrangência local, passaram a experimentar, pontualmente, a flexibilidade do apresentador no estúdio, com a retirada da bancada e a possibilidade de variar os enquadramentos em plano médio e em plano geral. Em alguns formatos, o apresentador passou a ter uma liberdade em cena: movimentos com frequência, olhares para os lados, aproximação das câmeras, sentar de mau jeito em bancos de apoio, gesticular muito e fazer interpelações ao público¹⁶.

Mesmo assim, salvo nos *telejornais dramáticos*, essas mudanças foram comedidas. O grande impacto mesmo foi obtido pelo *Bom Dia Brasil*, em 1996, quando passou a investir na interação entre os apresentadores e os âncoras de outros estados, e a disposição do estúdio foi repensada para a exibição de uma nova fase do programa, na tentativa de reconfigurar as expectativas da audiência.

¹⁵ Em paralelo a esse momento, nasciam as operadoras de televisão por assinatura no País. A década de 90 foi apontada como a da "multiplicidade da oferta", devido à pluralidade dos canais de informação na televisão paga (*narrowcast*). Já nos primeiros anos, o telespectador contava com o acesso a um maior número de canais e programações que respondessem aos seus interesses específicos. Com o aparecimento das concessões de TVs fechadas, foram surgindo também novos formatos de programas e foram criadas condições mais ousadas de produção, que podiam ser experimentadas em uma audiência mais restrita, já que os altos custos das assinaturas impediram uma popularização inicial do serviço (CIRNE, 2012). Em 1996, surgiu o canal *Globo News*, com um novo padrão de telejornalismo, o de notícias 24 horas. O primeiro telejornal transmitido, o *Em Cima da Hora*, passa a ser reconhecido pelo dinamismo e agilidade. A cada edição, novas informações são adicionadas e as matérias são atualizadas. Aos assinantes, era permitida uma cobertura mais profunda das notícias.

¹⁶ Essa performance é verificada em todos os *telejornais dramáticos*.

A bancada não foi totalmente substituída, porém uma sala de estar foi incluída no cenário, para que os âncoras pudessem andar pela cena, conversar sobre notícias mais leves e agregar a descontração à agilidade jornalística. Os novos móveis romperam com aquela representação simbólica da bancada, como uma cabine divisória entre a fala autorizada e a audiência. Simularam também uma extensão da casa, assegurando um ambiente propício para criar um bate-papo, com tranquilidade, como se o(s) narrador(es) e o narratário fossem íntimos.

As notícias com maior teor de informação ou de grande impacto (as *hardnews*) continuaram a ser expostas sob a forma tradicional, com os âncoras na bancada, porém com uma nítida preocupação em atribuir comentários e combinar o *tom* de *seriedade* com outros *tons*, a depender do tema, realizando as devidas *gradações* entre formal e informal, proximidade e distanciamento.

Essa configuração preconizada pelo *Bom Dia Brasil* conquistou mais espaço e ganhou outros desdobramentos nos anos 2000. A partir desse período, a prática se tornou muito comum nas edições de alcance local ou regional. Nos telejornais locais, a rigidez das premissas jornalísticas de narrador implícito tem, cada vez mais, diminuído e as marcas do *eu-aqui- agora* do apresentador e o *tom informal* estão cada vez mais evidentes. Em muitas situações, quando antecedem temas mais leves, sobretudo, há uma busca pela “personalização do apresentador” (FECHINE, 2008), o qual, muitas vezes, em pé, reproduz a conversação cotidiana e parece interromper sua posição social (profissional) para se comportar como um cidadão comum e uma companhia agradável, adotando o “eu individual”, conforme evidencia o diálogo abaixo:

Bruno Sakaue: Vamos, agora, falar com quem, mais do que nunca, entende de forró, dona Karine, que já fez essa reportagem do milho, aí, hein, Karine? Ontem eu mostrei toda a minha “habilidade” no forró, né? [risos] No JPB São João. Todo mundo ficou impressionado com tanta “habilidade”... E você entende alguma coisa desse assunto?

Karine Tenório: Eu tenho habilidade, viu, Bruno?

Bruno Sakaue: [risos] Eu não tenho nenhuma.

Karine Tenório: Ainda não demonstrei, mas tenho... [risos]

Bruno Sakaue: [risos] Mas, vamos em frente...
(JPB 1ª Edição, 15/07/2013)

Nos telejornais nacionais, que – com exceção do *Bom Dia Brasil* – resguardaram toda apresentação junto à bancada, registra-se a preocupação com a reorganização de outra cenografia, para, de alguma forma, manter a audiência íntima do programa e dos apresentadores. As bancadas foram elevadas para um mezanino e transformadas em uma área de trabalho, com computadores. O entorno foi modificado e os estúdios passaram a compartilhar o ambiente com as redações, de modo que os telespectadores pudessem acompanhar toda a realização do telejornal como cortina de fundo¹⁷. Em geral, no início dos telejornais e, às vezes, na abertura de cada bloco, costuma-se mostrar a estrutura física do programa e as atividades dos demais envolvidos na sua produção. Essa reformulação tem a função de revelar toda a ação do *staff* e dar acesso à preocupação da equipe em estar alerta ao que acontece fora daquele espaço.

Além disso, nos cenários, foram introduzidos telões, para facilitar uma interação entre as informações e entre os jornalistas “ao vivo”, bem como para que o telespectador monitorasse simultaneamente as locações externas e internas. Alguns telejornais que não dispõem de monitores nos estúdios procuram provocar o mesmo efeito de instantaneidade com a divisão da imagem, a partir do uso da edição gráfica.

Outra inovação importante na maneira de apresentar tem registro em 2006, quando o *Jornal Nacional* deu início à exibição do programa fora da instalação própria do noticiário e fez a geração completa de telejornal ao ar livre¹⁸, no palco dos fatos, através da *Caravana do Jornal Nacional*, na qual uma unidade móvel (com os dois âncoras e, em média, treze

¹⁷ Essa inovação já havia sido, inicialmente, proposta pelo *TJ Brasil*. Mas não repercutiu tanto nos outros formatos existentes na época.

¹⁸ Quando apontamos essa experiência, fazemos referência a uma edição específica em que o apresentador principal é deslocado para o local do acontecimento. Antes disso, durante a cobertura da Conferência Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (a Rio-92), o *Jornal Nacional* havia executado uma experiência similar, utilizando o conceito de âncora móvel. No entanto, os apresentadores oficiais do programa, Sérgio Chapelin e Cid Moreira, continuaram no estúdio e o repórter Carlos Nascimento e a jornalista Valéria Monteiro foram designados para comandar a editoria especialmente criada para o evento. Eles foram instalados num estúdio montado no Riocentro e narravam todos os assuntos referentes ao evento. Em algumas Copas, também houve esse tipo de cobertura, mas, como percebemos, o apresentador principal se mantinha no estúdio.

profissionais da equipe) percorreu várias regiões do Brasil, durante dois meses, em busca de histórias de irregularidades no País (CIRNE, 2012). Após esse projeto, têm-se intensificado coberturas especiais que exigem o deslocamento do apresentador para o local do acontecimento, ou seja, o narrador e o fato narrado frente-a-frente, dividindo o mesmo espaço. Nos eventos de grande repercussão (tais como: torneios olímpicos ou copa do mundo; visita, renúncia ou morte do Papa; acidente de grandes proporções; desastres naturais; manifestação política unificada, etc.), o deslocamento do âncora propicia uma performance com mais liberdade, com uma narrativa subjetiva e autorreferente (através do testemunho), descrevendo cenas e sentimentos.

Um episódio marcante desse formato de apresentação aconteceu após o incêndio na boate *Kiss*, em Santa Maria, no Rio Grande do Sul, onde morreram quase 250 pessoas, durante uma festa, em 2013. Por ter sido considerada a quinta maior tragédia da história do Brasil, no dia seguinte ao ocorrido, as principais emissoras abertas (com exceção da Rede TV¹⁹) tiveram seus telejornais nacionais ancorados em frente ao que restou da boate, com a presença dos seus apresentadores mais importantes.

Se, segundo Fachine (2008b, p.1), “a credibilidade do telejornal é influenciada diretamente pela confiança que os espectadores depositam nos seus apresentadores”, entende-se que o relato das experiências pessoais pelos âncoras móveis (como, inclusive, a descrição dos bastidores da viagem até à cidade, em que eles se colocam no discurso como personagens) pode gerar densidade à cobertura e aproximar mais audiência. Assim, a ideia de retirar o apresentador principal da bancada e levá-lo para o local dos acontecimentos tem a intenção de garantir que, naquela edição, seja apagada qualquer tentativa de prevalectimento da objetividade, ou seja, do efeito de *distanciamento*, e que suas marcas estejam inscritas no enunciado (“estou aqui...”, “mais cedo, vi...”, “agora, não só nós, mas as outras emissoras estão fazendo suas transmissões daqui...” etc).

¹⁹ A Rede TV realizou a cobertura com a presença do repórter. Os apresentadores permaneceram no estúdio.

Como estratégia discursiva, o deslocamento tinha o intuito de promover a forte comoção no telespectador e robustecer a legitimidade da cobertura, a partir de um narrador com texto em primeira pessoa e com frases adjetivadas, ainda mais sensibilizado por estar presenciando os fatos *in loco* (“um cenário desolador”, “essa grande tragédia”, etc.). Já que não havia sido concluído um parecer técnico, que afirmasse com segurança as causas do acidente, os apresentadores buscaram focar em aspectos que pudessem satisfazer a curiosidade do telespectador, introduzindo-o na cena (“como vocês podem ver...”, “você, em casa, pode notar...”, etc.). O complemento aos *VTS* introduzidos nas edições estava, justamente, nos depoimentos com *tom* de *emoção* do apresentador. Nesses casos, a personalização confere a ideia de afabilidade e solidariedade, reforçando a noção de um apresentador humanizado e com compromisso social, que também é tocado pela mesma sensação de tristeza sentida pelo telespectador.

Considerações finais

Assim, com base na no percurso argumentativo assumido até aqui, entendemos que, aos poucos, os telejornais, por meio da apresentação, vêm se esforçando para inserir adaptações que os aproximem da audiência. As transformações nos ambientes, nos enquadramentos de câmeras e, principalmente, nas formas de atuação e na linguagem verbal têm sido fundamental nesse processo. Com o passar dos anos, o *tom de seriedade* característico das emissões jornalísticas, aliado aos *tons de formalidade* e ao *tom de distanciamento*, vem sofrendo constantes movimentos de *modulação* e *gradação*. A concepção de novos formatos telejornalísticos, com ênfase na argumentação dos apresentadores, favoreceu essas oscilações e propiciou a simulação de conversação.

As narrações, com sutileza, foram inserindo a voz do apresentador-narrador no enunciado. As interpelações verbais passaram a ser de um “eu” explícito que se dirige a um “tu” também marcado, ou seja, um telespectador-narratário que é incluído no discurso. Embora, em alguns momentos, as falas do âncora estejam calcadas na regra da *objetividade* (como nas *hard news*), em diversos outros (como nos que antecedem matérias leves), elas se mostram como de alguém íntimo, amparadas na

lógica da *subjetividade*, as quais não só se manifestam como “eu”, como têm interesse em compartilhar suas experiências pessoais. Nesse sentido, a postura de sobriedade desse mediador também ganhou contornos performáticos. Ele ri, esbraveja, emociona-se, etc. Além disso, ele ainda pode sair do estúdio e assumir uma ancoragem móvel autorreferente, em que, acima de tudo, deflagram-se os sentidos de proximidade com a audiência e de credibilidade da cobertura.

Por ora, interessou-nos essa discussão, mas temos a certeza de que a busca pelo engajamento com a audiência não recai só sobre a linguagem conversada e as mudanças na conduta dos apresentadores. Esse é apenas um dos vetores da renovação dos telejornais. Os demais são pautados em outros momentos (conforme CIRNE, 2014) e também estão mais diretamente associados à inserção da televisão no ambiente da digitalização.

Referências

- AQUINO, Agda Patrícia Pontes de. **Casal nacional: Significações do corpo e do figurino no telejornalismo**. Dissertação de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia. Natal: UFRN, 2011.
- BENVENISTE, Émile. **Problemas de lingüística geral II**. Campinas: Pontes, 1989.
- CIRNE, Lívia. **Interatividade e perspectivas no telejornalismo da TV digital**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2012.
- CIRNE, Lívia. **Repensando o telejornalismo a partir da digitalização da TV: em busca de formatos interativos**. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação. Recife: UFPE, 2014.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulinas, 2004.
- DUARTE, Elizabeth e FREITAS, Rose Lumertz de. Telejornais: a ruptura tonal com as expectativas do subgênero. In: **E-compós**. Brasília, s/v, s/n, abril, 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/128/128>>. Acesso em: 14 jun. 2013.
- DUARTE, Elizabeth Bastos e CURVELLO, Vanessa. Telejornais: quem dá o tom? In: **E-compós**. Brasília, v.11, n.2, maio/ago, 2008. Disponível em: <www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/332/287>. Acesso em: 14 jun. 2013.

FECHINE, Yvana. Estratégias de personalização dos apresentadores de TV: um estudo em um telejornal brasileiro. In: **Revista DeSignis**, Barcelona: Gedisa, v.2, s/n, 2002. Disponível: <<http://www.pucsp.br/cps/pt-br/arquivo/Biblio-Yvana2.pdf>>. Acesso em: 06 jun. 2013.

FECHINE, Yvana. Nova retórica dos telejornais: uma discussão sobre o *ethos* dos apresentadores. In: **Anais do XVII Encontro da Compós**. São Paulo: UNIP, 2008a. Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=419&Itemid=99999999>. Acesso em: 06 jun. 2013.

FECHINE, Yvana. Performance dos apresentadores dos telejornais: a construção do *ethos*. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, s/v, n. 36, ago, 2008b. Disponível em:

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/4417/3317>>. Acesso em: 06 jun. 2013.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2008.

FIORIN, José Luiz. A pessoa desdobrada. In: **ALFA: Revista de Linguística**. São Paulo, v. 39, s/n, p. 23-44, 1995.

HAGEN, Sean. A emoção como estratégia de fidelização ao telejornal: um estudo de recepção sobre os laços entre apresentadores e telespectadores do Jornal Nacional. **Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação**. UFRGS: Porto Alegre, 2009. Disponível em:

<<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/17740/000720518.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 21 jun. 2013.

HAGEN, Sean. A emoção como agente da cognição jornalística. In: **Anais do VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJOR**. UESP: São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada5seanhagen.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2013.

LANA, Lígia Campos de Cerqueira. **Telejornalismo dramático e vida cotidiana: Estudo de caso do programa Brasil Urgente**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. UFMG: Belo Horizonte, 2007. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/infotec/teses07-08/resumo_7307.html>. Acesso em: 30 jun. 2013

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: A notícia faz história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

SANTOS, Martha Isabel Alves dos Santos. **Telejornalismo do grotesco: telejornal Aqui e Agora**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Paulista. UNIP: São Paulo, 2006. Disponível em:

<http://www.unip.br/ensino/pos_graduacao/strictosensu/comunicacao/download/comunic_marthaisabelalvesdossantos.swf>. Acesso em: 26 jun. 2013.

SQUIRRA, Sebastião. O telejornalismo brasileiro num cenário de competitividade. In: **Revista Brasileira de Comunicação – Intercom**. São Paulo, volume XVIII, num 1, pag 37-49, jan/jun, 1995. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/879/783>>. Acesso em: 29 jun. 2013.