

A falta de expressão emocional na apresentação de notícias dos apresentadores-robôs chineses: em busca do narrador sincero

The lack of emotional expressions on chinese robot anchors' news presentation: looking for the sincere storyteller

Sean HAGEN¹
Caroline SILVEIRA²

Resumo

A falta de expressões emocionais dos apresentadores-robôs chineses afeta a sinceridade profissional do apresentador telejornalístico – e por consequência, a credibilidade. Analisamos o desempenho de três apresentadores robôs: AI Anchor, Xin Xiaohao e Xin Xiaomeng, lançados entre 2018 e 2019. Ao entender a função do apresentador como central na narrativa telejornalística, da sinceridade como uma prerrogativa moral de dever ser, e da emoção como constitutiva da cognição e da razão, refletimos que a tecnologia, que sempre formou e conformou o jornalismo, gera sentidos conflitantes ao usar robôs. Desprovidos de emoção e empatia, apresentam falhas técnicas que descentram a sinceridade, o que afeta a construção dos sentidos jornalísticos.

Palavras-chave: Telejornalismo. Emoção. Apresentador-robô chinês. Sentidos. Sinceridade.

Abstract

The lack of chinese robot anchors' emotional expressions affects the news anchors professional sincerity – and by consequence, the credibility. We analyzed the performance of three robot anchors: AI Anchor, Xin Xiaohao and Xin Xiaomeng, launched between 2018 and 2019. By understanding the anchor's role as the center on the telejournalistic narrative, the sincerity as a moral prerogative of ought to be and the emotion as constitutive of cognition and rationality, we reflect that technology, that always formed and conformed journalism, creates conflicting meanings by using humanoids. Devoid of emotion and empathy, the robots exhibit technical failures that scatter sincerity, which affects the construction of journalistic meanings.

Keywords: Telejournalism. Emotion. Chinese robot anchor. Meanings. Sincerity.

¹ Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professor de Jornalismo da UFRGS. E-mail: hsean@uol.com.br

² Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Bolsista de Mandarim na Universidade de Comunicação da China. E-mail: c.silveira794@gmail.com

Introdução

A tecnologia é um instrumento fundamental na interação entre o jornalismo e o cidadão, mas quando o ser humano é substituído por robôs é preciso entender essa nova dinâmica. A agência chinesa Xinhua lançou, entre 2018 e 2019, robôs que apresentam notícias. As vozes e aparências foram modeladas a partir de jornalistas que trabalham na agência. O sistema operacional foi desenvolvido em parceria com a empresa de tecnologia Sogou, e as notícias são digitadas por jornalistas em um programa de computador que alimenta os robôs, sendo totalmente inoperantes sem a mediação humana.

Antes de iniciarmos essa discussão, é preciso fazer algumas ressalvas: nosso foco não é a relação político-econômica da China, tão controversa quanto complexa, com as questões mais usuais da censura e relações trabalhistas. Ao mesmo tempo, não vamos nos centrar sobre discussões tecnicistas sobre sistemas e programação de robôs³. Nosso recorte está na relação inédita e singular de como a sinceridade que se espera do apresentador jornalístico humano pode ser interpretada quando um androide ocupa esse lugar. A apresentação é uma função central na narrativa telejornalística e precisa ser mais bem compreendida quando há uma tentativa de ser resignificada. É algo sutil, e que ao mesmo tempo encerra uma ironia: os apresentadores humanos, mesmo transpassados por emoções no ato comunicacional, são criticados pelo senso comum como “autômatos leitores de *teleprompter*” ao mesmo tempo em que servem de modelo para os apresentadores-robôs.

As revoluções técnicas propiciaram contar e registrar histórias de forma profissional, a ponto do jornalismo e a mídia que lhe dá suporte se confundirem. A cada salto tecnológico, o jornalismo precisa incorporar e criar linguagens condizentes. Da prensa no século XV, às tecnologias digitais de hoje, as inovações mudaram radicalmente a maneira de fazer, a linguagem e a distribuição do jornalismo.

No século XX, a televisão mudou a maneira de ver e estar no mundo, e possibilitou ao telejornalismo passasse a ser o mais influente canal de informação da sociedade. Essa ascendência foi abalada antes do final do século com a consolidação da internet e as novas tecnologias digitais. Apesar da soberania da tela da TV ter se fragmentado em diferentes suportes, ao mesmo tempo em que é espelhada ou resignificada, exerce uma função vital

³ Barcelos (2022) discorre sobre os robôs-apresentadores chineses, mas de uma perspectiva que denomina de ciberespaço, um ambiente em que há circulação de corpos, ideias e trocas entre os participantes.

na vida cotidiana (OROZZCO; MILLER, 2018) e está longe da extinção (CANNITO, 2010; COUTINHO, 2018): “Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p. 29). Essa “imprevisibilidade” mostrou que a TV buscou incorporar os processadores de dados para se tornar multiplataforma e se reinventar como mídia, ao mesmo tempo em que os processos corporativos se embaralharam, o alternativo vira padrão e o consumidor mostrou que nem sempre quer assumir o lugar do produtor. Para o telejornalismo foi o momento de sair da tela fixa e migrar para celulares, *tablets* e redes sociais. Como uma sistematização de um processo de hibridização

[...] o termo Telejornalismo pode definir o jornalismo que é produzido e distribuído para e por telas, incluindo televisão, computador, smartphone, celular, tablets ou os demais dispositivos e suportes (móveis ou não) que utilizem uma tela de visão ou uma tela refletiva para exibir, distribuir e compartilhar dados. (EMERIN, 2017, p 117)

Essa fluência entre tantas telas nos interessa quando pensamos especificamente no telejornalismo de referência, que apresenta não só no conteúdo, mas também muito na forma, características bem marcadas da construção televisiva: bancada, cenários, iluminação, enquadramentos privilegiando planos médios e fechados, e o apresentador como condutor – diferentemente do opinador. Acima de tudo, Wolton (2007) lembra que para a comunicação o mais importante não é a tecnologia utilizada, mas as características socioculturais das revoluções tecnológicas: atribuir uma dimensão social ao público é um desafio muito maior do que deixá-lo a par da tecnologia, já que tecnologizar uma sociedade não é sinônimo de progresso.

Emoção e apresentadores

O apresentador é quem coordena repórteres, fontes e imagens para construir a credibilidade noticiosa do telejornal. Quando assume um tom animado ou consternado, permite ao interlocutor processar essa expressão emocional e, a partir da interação, aceitar ou refutar a credibilidade do que está sendo noticiado. A decisão do público parte de uma

emoção, mas nem por isso deixa de ser racional: “as emoções nos preparam para lidar com eventos importantes sem precisarmos pensar no que fazer” (EKMAN, 2011, p. 37)⁴.

As emoções são criadas por mecanismos cerebrais de forma natural e inconsciente, com as expressões adaptadas ao meio cultural do indivíduo. É importante esclarecer que emoções e sentimentos são diferentes: enquanto emoções são ações que buscam mudanças e a sobrevivência do organismo, sentimentos são um processo de acompanhamento contínuo, no qual os pensamentos sobre conteúdos específicos seguem acontecendo. “As emoções desenrolam-se no teatro do corpo. Os sentimentos desenrolam-se no teatro da mente” (DAMÁSIO, 2012, p. 42), ou seja, é impossível ao humano ser racional sem usar a emoção: “é a emoção que o torna capaz de determinar algo como bom, ruim ou indiferente” (DAMÁSIO, 2009). O autor acredita que a hipótese do marcador somático⁵ aumenta as chances de precisão e acerto na decisão: funciona como um alarme do organismo, pois “faz convergir a atenção para o resultado negativo a que a ação pode conduzir” (p. 163). Depende, além da maquinaria cerebral, da educação e também da cultura na qual o ser humano é criado.

Mas a emoção continua a ser tratada como um tabu no jornalismo, como se fosse antagonista da objetividade e da verdade. Para Hagen (2009), ao encravar a objetividade como elemento central na credibilidade construída junto ao público, o jornalismo nega a importância das emoções pelo medo de parecer parcial e cria subjetivamente uma relação de exclusão, quando a objetividade, ancorada na razão, só pode existir em consonância com a emoção; um apresentador desprovido de emoção “esfria” a informação: são os marcadores emocionais da voz, dos olhos, da boca, do movimento da cabeça e do corpo que atestam a importância da situação para além do conteúdo narrado.

Para Holm (2017), é difícil simular a linguagem corporal. Existem microssinais involuntários que podem ser lidos na expressão do outro: dilatação e contração da pupila, vermelhidão de bochechas e orelhas, suor, respiração acelerada e certos movimentos de mão ou sobrancelha. Sem as condições naturais para criar a emoção, falta coerência “entre os gestos principais, os microssinais do corpo e o discurso” (HOLM, 2017, p.12). Ainda

⁴ A separação entre emoção e razão não existe, as duas estão intrinsecamente unidas para chegar a uma finalidade cooperativa. A distinção é argumentativa, já que o jornalismo estabeleceu que a emoção não é constitutiva de sua construção, vendo-a como apartada da objetividade e quase sempre sensacionalista.

⁵ Soma, em grego, significa corpo. A sensação marca uma imagem, por isso marcador.

que a face tente “mentir”, o corpo não segue a naturalidade da emoção desejada no momento da simulação.

Os telejornais de referência, no horário nobre, mostram pouco os apresentadores de corpo inteiro: por trás de uma bancada, o público visualiza o tronco, o rosto e as mãos – que depois do rosto, são o principal indicador de expressão emocional (HOLM, 2017). Observar as mãos foi uma estratégia de sobrevivência ao longo da evolução para perceber situações de violência e perigo. E por isso esconder as mãos ao falar pode causar desconforto no interlocutor, assim como movimenta-las de forma exagerada. “Quando as mãos estão fora do campo de visão ou são menos expressivas, *decai a qualidade e a honestidade* da informação que está sendo transmitida” (HOLM, 2017, p. 16, grifo nosso). E também há a importância de sorrir: um sorriso verdadeiro é geralmente simétrico e envolve os músculos superiores, que enrugam os olhos; um sorriso falso só aciona os inferiores: a assimetria da parte superior e inferior do rosto causa uma emoção diferente do esperado. A expressão corporal precisa ser natural, caso contrário o apresentador se assemelhará a “uma espécie de robô pré-programado” (GOMAN, 2014, p. 34).

O padrão de fala também pode expressar diferentes emoções. A comunicação paralinguística – inflexão, volume, clareza, tom e pausa na voz – indica muito mais do que as palavras ditas (GOMAN, 2014, p. 99). Falar rápido pode revelar animação ou nervosismo; devagar, transparecer desinteresse. Tom de voz muito alto sugere irritabilidade; exageradamente baixo, vergonha ou medo. O ritmo da fala expressa segurança ou insegurança. Os movimentos e a vocalização precisam ser condizentes com as palavras, pois as pessoas acreditam mais no olhar do que na audição. “[...] as palavras são usadas principalmente para trocar informações enquanto a linguagem corporal é usada para negociar atitudes interpessoais e, em certos casos, é usada como substituta das mensagens verbais” (HOLM, 2017, p. 6).

Por mais verossimilhante que possa parecer, um robô precisa de credibilidade para simular a confiança de um apresentador humano. Lisboa (2012) argumenta que é na credibilidade do público que o jornalismo ganha poder. A autora afirma que não basta a fonte – o apresentador – se declarar confiável, é preciso o reconhecimento da audiência para que a credibilidade se estabeleça. Essa credibilidade é uma relação de confiança criada – de forma racional e emocional – por diferentes aspectos, como as fontes utilizadas nos testemunhos, a aparência e entonação da voz do narrador e até a ideologia

do veículo. “[...] aspectos superficiais, como o modo de vestir do narrador, a cor da pele, orientação sexual ou a diagramação de um jornal, podem afetar diretamente a aferição do nível de credibilidade” (2012, p. 20).

Três robôs, uma percepção

Em busca dos sentidos⁶ construídos pelo desempenho dos robôs, foram analisados 51 vídeos capturados nos aplicativos em mandarim e inglês da Agência Xinhua para celulares. Analisamos vídeos aleatórios, esparçados no tempo, dentro do recorte temporal que abarca de 2018 a 2020 – a versão estrangeira parou de ser produzida em meados de 2019. Os vídeos variam de 30 segundos a 2 minutos: notas peladas (secas) e cobertas narradas por um apresentador, conforme a configuração do telejornalismo de referência. Nomearemos os robôs da seguinte forma: AI Anchor como Robô 1, Xin Xiaohao como Robô 2 e Xin Xiaomeng como Robô 3.

O primeiro robô lançado – AI Anchor –, vocaliza em inglês, e foi decalcado do apresentador humano Zhang Zhao. Esteve ativo entre 2018 e 2019, tendo muitas falhas e poucas melhorias. Na primeira aparição, reafirmou a condição de cópia: “Trabalharei incansavelmente para manter vocês informados conforme os textos serão digitados em meu sistema ininterruptamente.” (ANCHOR, 2018, web, tradução nossa)⁷. O cabelo e a pele parecem humanos, e por fotos não é simples reconhecer a essência maquina da cópia. Sempre aparece em um enquadramento fechado. Nos comentários do vídeo⁸, o público⁹ mostrou perplexidade.

- Santat Angsupan

A voz humana que destaca e demonstra paixão por certos conteúdos não será fácil de imitar.¹⁰

⁶ Em Análise de Discurso (AD), o sentido é a materialização de um ponto de vista sustentado em construções anteriores ao texto – carregadas de ideologia, historicidade e cultura. Aglutina o parecido e o complementar que parecem dispersos e aleatórios, mas são complementares do sentido principal (PÊCHEUX; FUCHS, 1997). Optamos em trazer os conceitos metodológicos no momento em que forem usados para manter a fluência do texto e trabalhar de maneira mais orgânica o método.

⁷ I'll work tirelessly to keep you informed as texts will be typed into my system uninterrupted.

⁸ Disponível em: encurtador.com.br/etQV1

⁹ Esta não é uma pesquisa de recepção, mas os comentários são importantes para complementar os sentidos que circulam em torno dos robôs. Mantivemos na tradução os erros de escrita, assim como a estética gráfica. Os comentários também reforçam o sentido de consumo da informação além dos limites territoriais da China.

- Abrupt Earth Changes

“Textos serão digitados no meu sistema...” Isso é artificial, mas não inteligente, é um boneco falante digital.¹¹

O segundo robô é chamado Xin Xiaohao, com vocalização em mandarim¹². Na estreia disse que foi decalcado do jornalista Qiu Hao e criado por meio de “reconhecimento facial, modelo de rosto, fala sintética, aprendizado aprofundado e outras técnicas de inteligência artificial” (QIU e XIN, 2018). Após alguns meses, o robô-apresentador informou que ficaria de pé, em um vídeo de fevereiro de 2019. A busca por se fazer crer apresentador humano fica evidente.

[De pé] Posso fazer mais gestos manuais e expressões faciais. Além de novas expressões faciais, foram adicionadas novas linguagens corporais. [...] Graças às melhorias, serei capaz de conduzir melhores apresentações. (XINa, 2019, web, tradução nossa)¹³

O público continuou apontando falhas.

- John

Mas já que é uma voz totalmente artificial, poderia soar mais clara, de melhor qualidade, e sincronizar com os movimentos também.¹⁴

A performance de Xin Xiaohao melhora com o passar do tempo. O penteado e a pele têm aparência real e a qualidade das roupas é superior, o que dá um melhor acabamento para criar a ilusão de verdadeiro.

Em março de 2019, a agência lançou a primeira versão feminina: Xin Xiaomeng, que vocaliza em mandarim. A voz e aparência foram inspiradas na apresentadora Qu Meng. O robô está sempre em um enquadramento fechado. Suas únicas expressões são serenas, ainda que não passem tranquilidade. A pele parece real e a voz menos sintética. A roupa é bem cortada e de boa qualidade, apesar de quase sempre ser a mesma, o que dá

¹⁰ Human's voice tone for indications and passion toward some contents will not be easy to imitate though.

¹¹ "Texts will be typed into my system..." That's artificial, but not intelligent, it's a digital talking puppet.

¹² As traduções foram feitas direto do mandarim, sem o uso de aplicativos ou sites, respeitando o ritmo da fala e as entonações características da língua.

¹³“而且丰富的手势优化了表情. 增加了更为丰富的表情和肢体动作.[...] 升级后的我将为您带来更好的西门提”.

¹⁴ “But since its fully artificial voice, it could sound a little more clear, voice should be better quality and correlating with the movements too.”

a sensação irreal de que todo dia é o mesmo dia. O que mais chama a atenção é a boca: claramente mecanizada e com falhas de movimento.

- PGU 1984

A boca ainda está arrepiante, mas bom trabalho!¹⁵

- D'vorahJae Corvinus-VHB

É um humano fingindo ser um I.A.¹⁶

Em busca da sinceridade do robô narrador

Analisando os vídeos selecionados pela perspectiva da análise do discurso, em que buscamos os sentidos posicionados na relação do apresentador jornalístico em relação à sinceridade com que narra¹⁷, diversos sentidos – além dos descritos nos itens anteriores – acentuam a ruptura que acontece entre um comportamento humano e um robótico. E isso extrapola a questão cultural em que poderia estar inserido, visto que a agência chinesa permite que sejam acessados de qualquer parte do mundo por meio de seus aplicativos. Essa questão fica mais clara quando lembramos que apesar de vocalizar em inglês, explicitamente direcionado a um público mais amplo, o Robô 1 tem as mesmas características dos robôs que usam o mandarim: dividem a mesma linguagem que constrói os telejornais no Ocidente, podendo ser analisados através das práticas telejornalísticas usuais.

Há uma repetição e reafirmação do mesmo sentido que perpassa os três anos da análise e os três robôs¹⁸. Propomos uma análise de sentidos¹⁹ não dos enunciados

¹⁵ “The mouth is still too creepy, but good job!”

¹⁶ “Thats a human pretending to be an A.I.”

¹⁷ Entendemos que há diferenças culturais entre o Ocidente e a China, mas que não desviam a análise de seu recorte específico.

¹⁸ Na AD, a memória, ou interdiscurso, de forma inconsciente ou não, constrói o sentido atual do discurso através de outras vozes, lugares e momentos – repete o mesmo em contextos diferentes. E isso só é possível porque a paráfrase, o ato de repetir, possibilita que um mesmo sentido se repita, assente e atravesse o tempo, mesmo que a forma de enunciar pareça diferente. A repetição se renova através da polissemia, que pode ser definida como a manifestação da diferença (ORLANDI, 2015).

¹⁹ Para fazer essa análise é preciso invocar a formação imaginária: a posição que o sujeito atribui a si e aos outros no processo discursivo. Só com as imagens que eu faço dos outros e de mim que consigo falar dentro de um espaço determinado. De forma complementar, a formação ideológica determina se algo pode ou não

jornalísticos, mas da sinceridade do apresentador – em como a falta de emoção dos robôs afeta a credibilidade. O sentido dominante “sinceridade” será construído por três sentidos complementares: 1) a fala (voz e boca), 2) o olhar (olhos e sobrancelhas), 3) expressão corporal e da cabeça.

A sinceridade deve ser entendida na intersecção da moral, da filosofia e da estética: por ser acusada de subjetiva, assim como a emoção, precisa se apoiar na verdade para que vá além da espontaneidade ensimesmada e sem alteridade. Não pode ser pensada como algo intrínseco ao sujeito na interação com o outro, mas como um postulado necessário para que a comunicação se estabeleça. Tem que ser aceita como verdadeira e honesta para que a partilha aconteça ou se desfaça e, por isso mesmo, trabalha tanto com a subjetividade quanto com a concretude.

Confúcio (551- 479 a.C.) determina a sinceridade como o comportamento apropriado na relação de dependência mútua que cria benefícios para as duas partes. Reconhecida no oriente como uma forma de comportamento – e não uma intenção, como postula a filosofia ocidental – a sinceridade estabelece a ética, a harmonia, o respeito e a confiança, possibilitando apertar ou afrouxar os laços entre os sujeitos. Está colocada junto à sabedoria na definição das cinco virtudes essenciais do homem.

No Ocidente, o significado nasce da expressão latina “sine cera” – sem cera –, que definia as panelas de barro sem rachaduras em oposição às vendidas cobertas com cera para esconder a permeabilidade, com a intenção e o propósito de enganar o comprador. Como a cera derreteria em contato com o calor, revelava a face enganosa da transação. Logo, sincero é aquele sem máscaras, que não esconde a verdade, honesto. Uma máquina, assim como uma panela, até pode carregar “sinceridade” naquilo que oferece: tecnologia funcional, bom desempenho, usabilidade – cabendo ao produtor ou vendedor ser o fiel depositário moral dessa relação. Esse atributo desaparece quando se atribui a um robô algo além da natureza maquínica: a “cera” derrete e a verdadeira intenção aparece. “[...] a sinceridade é uma relação com o outro. De alguma maneira, a perda do sentido social e político da alteridade impossibilita que falar de si a outro seja um ato de sinceridade” (LEOPOLDO e SILVA, p. 14, 2006).

O telejornalismo, sendo uma narrativa em que a autoria da informação em um primeiro momento é imputada ao apresentador (HAGEN, 2009), à empresa em que

ser dito a partir de uma conjuntura dada. É uma ação quase sempre inconsciente que carrega uma visão de mundo, ou seja, a posição que o locutor ocupa para falar (PÊCHEUX; FUCHS, 1997).

trabalha e, pairando sobre todos, o próprio campo, bebe na fonte da narrativa sincera de Rousseau. Para o pensador, a sinceridade é definida por duas regras de conduta: “um conhecimento profundo de si mesmo”, e “o amor à verdade e o compromisso com Deus (natureza) e o leitor” (DAMIÃO, 2015, p. 17) – algo impossível de se pensar para os robôs.

O próprio Rousseau admitiu que seria impossível existir uma narrativa totalmente sincera, então era preciso ser verdadeiro, obedecendo a uma “verdade superior”, de cunho moral – que está na base do fazer jornalístico – em oposição a um falseamento da verdade, aquela determinada pela falta de alteridade no modelo de vida constituído socialmente: abstrata distante do real. “A preocupação com a sinceridade significava educar-se moralmente, na condição do dever ser. Se nem sempre é possível mostrar-se realmente como se é, aquele que assim procede, poderá tornar-se, talvez, o que deveria ser.” (DAMIÃO, 2015, pp. 18).

Ao postular o telejornalismo como uma construção coletiva de muitas vozes e saberes, a sinceridade dessa narrativa, materializada na figura do apresentador, é vital para estabelecer os laços de credibilidade com o público. Esse propósito, resultado de uma intenção e de um fazer, importa tanto ao jornalismo quanto ao público na interlocução entre os sujeitos.

Se a *intenção* controla conscientemente o *fazer*, e se a ação – como acontece no jornalismo – está na esfera do interesse público, então a intenção impõe o caráter moral ao *fazer*, e esse caráter moral, determinante da natureza e do desenvolvimento da ação, deve estar conectado a um princípio ético orientador – sem o que a ação jornalística não cumprirá a contento sua função social (CHAPARRO, 1993, p. 114, grifos do autor).

É na intenção de ser sincero, buscando a verdade como um conceito moral para guiar a narrativa, que o propósito de informar com credibilidade se estabelece, algo complexo de se exigir de um robô que simula ser um apresentador.

Figura 4: os robôs (acima) e os humanos (abaixo) (Figure 4: the robots (above) and the humans (below))



Fonte: Reprodução (Source: Reproduction)

A fala (voz e boca)

Ao ouvir o que uma pessoa diz, o tom de voz e o ritmo da fala indicam a importância do assunto que será tratado. Pessoas surdas têm na leitura labial um grande apoio na interação social: a clareza dos movimentos dos lábios, e o ritmo com o qual a boca se move, fazem parte da fala e da voz. A boca dos três robôs gera estranheza. Há falta de sincronia no Robô 3, e os dentes aparecem de forma não natural nos movimentos orofaciais. Remete às imagens da ficção científica de robôs defeituosos, ou corpos possuídos por alienígenas. O Robô 1 mal abre a boca, e ao mesmo tempo faz excessivos movimentos labiais, algo incongruente. O Robô 2 tem mais controle, mas é incômodo o fato de articular apenas o lábio inferior – nos primeiro vídeos a mandíbula nunca se move, destacando um sentido não-humano. O Robô 3, no final da enunciação das frases,

movimenta a boca simulando um sorriso: em vez de parecer simpático, essas expressões lembram o sorriso de psicopatas e assassinos em série, uma falta de empatia usada para assustar o público em filmes do gênero.

A voz é outro problema. O apresentador tem na voz um instrumento indispensável: é o que usa para credibilizar o que enuncia. Mais do que palavras, expressa também emoção. Para o público, a voz dos apresentadores age como uma importante gradação de relevância dos fatos. Mas nenhuma dessas características é percebida nos robôs-apresentadores: as vozes são frias e não passam emoção – não existem traços de raiva, desprezo, alegria, ternura ou tristeza.

O ritmo também é importante. Nos Robôs 2 e 3 é possível perceber mais calma, mas o Robô 1 praticamente não faz pausas, é uma “metralhadora” de palavras, como se a programação não reconhecesse as vírgulas dos textos. O Robô 1 demonstra problemas técnicos, como se uma caixa de som estivesse mal regulada, com chiados e palavras cortadas – lembra os narradores sintéticos do Google e da Apple. Sem o acalento da voz, a relação de afeto e confiança entre apresentador e público perde a credibilidade. É difícil crer em um fato quando o robô está narrando sem ter acionado o sentimento condizente com o fato.

O olhar (Olhos e sobrancelha)

A interação entre o público e o apresentador simula a copresença quando o apresentador olha para a câmera enquanto simula estar conversando com o público; o telespectador olha para a imagem do apresentador na televisão imaginando que uma troca está acontecendo (HAGEN, 2009): é nessa interação que muito da credibilidade acontece.

O olhar dos robôs lembra o de um boneco: sem vida. Não demonstra se a notícia é triste, alegre, não há gradação de importância. A frequência com que os olhos piscam parece não acompanhar a fala, e quando a boca simula um sorriso, os olhos não acompanham os músculos: os cantos não se enrugam e a alegria não se faz presente. Ao soar falso, não oferece confiança no que está sendo dito.

A sobrancelha é outro aspecto facial que gera desconforto. Ainda que mantenham uma expressão serena, o sentido dominante é de frieza e tédio (Robôs 1 e 2). A sobrancelha pode demonstrar desdém, preocupação e surpresa, mas ao observar os comportamentos dos três robôs, não há nenhum desses sinais. Os poucos movimentos de

sobrancelha que existem não estão em sincronia com a fala – não remetem ao aparato biológico e cultural que causa essas expressões.

O telespectador busca no olhar do apresentador conforto e confiança para entender um mundo em desalinho gerado pelas notícias (Hagen, 2009). Mas não há verdade no olhar dos robôs.

Expressão corporal e da cabeça

A expressão corporal dos apresentadores robôs talvez seja o ponto mais sutil para encontrar sinais de que eles são, de fato, máquinas. Como permanecem sentados, assim como os apresentadores humanos na maior parte do tempo, os movimentos são limitados, mas ainda assim existentes. Há um único vídeo em que o Robô 2 está de pé, e mostra que os movimentos são consideravelmente naturais ao mexer mãos e braços. O que denuncia que se trata de uma máquina é a falta de sincronia entre os movimentos e a fala, que parecem não fazer parte do mesmo conjunto. Quando volta à posição sentada, volta a ficar rígido e limitado: ao esconder as mãos, dá ainda mais destaque para a dureza do rosto e as falhas. Os robôs 1 e 3 sempre estão sentados e não mostram as mãos. Contudo, a falta de expressão corporal vai além do enquadramento fechado: analisando com mais cuidado, não é difícil perceber que mãos, braços, tronco, pescoço e cabeça têm problemas.

Os braços dizem muito sobre o interlocutor no momento da comunicação. São eles que, em conjunto com o movimento das mãos, acionam os ombros e posicionam a cabeça e, com isso, trazem novas camadas de complexidade para construir sentidos. A interligação entre braços, ombros e tronco, fundamental nessa interação, aparece pouco desenvolvida nos três robôs. O Robô 2 é o que tem o movimento de tronco mais sutil e perceptível: em alguns momentos vai um pouco para frente e volta para a posição original, tal qual um apresentador humano – mas os braços permanecem inertes, colados ao corpo. O Robô 3 se move em raras oportunidades, ao mesmo tempo em que os braços se mexem com certo desconforto, como se as mãos escondidas estivessem presas junto às pernas, em uma atitude de impaciência. O Robô 1, assim como o 2, apresenta discretos, porém mecânicos deslocamentos de tronco.

Quanto aos movimentos de cabeça, o mais natural é o Robô 1, que mantém mudanças de posição constantes e sutis, sem exageros. Já os Robôs 2 e 3 demonstram exatamente o contrário: movimentos exagerados, como se suas cabeças fossem

semelhantes à de “bonecos cabeça-de-mola”, que se deslocam rápido e por um longo tempo. Chama a atenção os brincos do Robô 3, que balançam demais no ritmo do corpo: se os pingentes foram usados para acentuar a sensação de movimento – vida –, acabaram destacando ainda mais a falta de realidade.

Considerações finais

São as emoções que humanizam o apresentador, muitas vezes visto como um robô frio e distante por conta da interpretação equivocada do conceito de objetividade. Para Hagen (2009), o apresentador é tão importante para o público quanto para o telejornal: é uma companhia que acolhe diariamente as pessoas; carrega sinais de proximidade que fazem o público imaginar o apresentador como alguém próximo, um ser vivo que respira, pensa e significa – sem se deixar afetar pela ilusão da relação virtual e unilateral construída através da televisão. Os laços afetivos se tornam fortes e podem ser percebidos como verdadeiros. Sem a emoção, que não está presente nos robôs, os laços que fidelizam a audiência não aconteceriam. William Bonner, apresentador e editor-chefe do Jornal Nacional, destacou a importância do apresentador se manter emocionalmente controlado para evitar a dramatização da notícia, mas sem ser “frio”; como humano, as notícias também têm um significado e geram uma resposta emocional nele.

As pessoas ficam olhando para mim, para Renata [Vasconcelos, apresentadora], para outros profissionais que fazem o que fazemos, em busca de um *esgar, de um tom de voz, de um olhar que traia um sentimento*. No caso do momento que vivemos, da pandemia, eu acho totalmente compreensível que *queiram um sentimento, porque querem um afago* [...]. (WILLIAM..., 2020, web, grifos nossos)

Como ganhar um afago, um sentimento, quando os olhos são vazios, a voz é metálica, o corpo é rígido, a boca parece ter vida própria impedindo a sinceridade na relação entre as partes? É essa interação que a máquina não consegue simular. Robôs humanoides rendem boas fotos, mas não se sustentam sob o escrutínio do vídeo. E essa é a palavra-chave: interação, aquilo que faz um apresentador olhar para uma câmera e imaginar o público e uma pessoa sentir que está havendo uma troca emocional naquele espaço e tempo. A virtualidade nunca foi um problema para os humanos – cartas, telefonemas, reproduções técnicas – desde que se tenha capacidade de sentir o outro.

A falha de aderência à interação com os apresentadores robôs está na dupla mediação tecnológica: a tela em que se consomem as informações – familiar, emotiva, com quem se aceita negociar – e a máquina que simula o humano – estranha, fria, não credível. É preciso esforço para transpor a falta de sinceridade em relação à máquina que narra dentro da máquina reprodutora da mídia. A hipótese do marcador somático (DAMÁSIO, 2020) se encaixa bem aqui: ao unir imagem, emoção e sensação corporal, toca o alarme de que não se pode confiar no robô e, por extensão, no jornalismo. É uma imagem que apresenta verossimilhança, mas não é real, especialmente quando há tantos defeitos de operação. Sem a crença no narrador jornalístico sincero, o jornalismo perde sua finalidade como informação de interesse público – falta um marcador que intensifique o sentido narrado, algo que ajude na compreensão mais ampla e sutil que as emoções trazem.

Robôs apresentadores que não conseguem simular sinceridade não podem ser considerados aprimoramentos jornalísticos. A informação fica perdida, perde-se o tom que alerta para os perigos ou benefícios dos fatos, e o jornalismo perde sua finalidade como informação de interesse público. Por ora, ainda é preciso defender a posição do jornalista – humano e com emoções –, para que ele permaneça exercendo a função primordial no jornalismo: emocionar cognitivamente para construir o sentido maior de informar.

Referências

BARCELOS, Marcelo. **Humanoides-repórteres, os robôs com Inteligência Artificial: desafio real ou fetiche tecnológico?** 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2019. Disponível em: encurtador.com.br/suLPX.

CANNITO, Newton. **A televisão digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócios.** São Paulo: Summus, 2010.

CHAPARRO, Manuel. **Pragmática do jornalismo.** São Paulo, Summus, 1994.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2010.

COUTINHO, Iluska. Com telas e afeto: para fazer um telejornal predileto e inclusivo. 41º Congresso Intercom. **Anais.** Joinville: 2018. Disponível em: <https://abre.ai/d200>

DAMÁSIO, António. **This time with feeling.** The Aspen Institute. 2009. Disponível em: encurtador.com.br/fiqGZ.

DAMÁSIO, António. **Ao encontro de Espinosa**: as emoções sociais e a neurologia do sentir. Lisboa: Temas e Debates, 2012.

DAMIÃO, Carla Milani. **A reconfiguração do conceito de sinceridade em teorias pós-modernas**. Revista Ideação, N. 31, Jan./jun. 2015.

EMERIN, Cárlica. Telejornalismo ou jornalismo para telas: a proposta de um campo de estudos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. 14, nº 2, jul-dez 2017. Disponível em: encurtador.com.br/sDIKU

EKMAN, Paul. **A linguagem das emoções**: revolucione sua comunicação e seus relacionamentos reconhecendo todas as expressões das pessoas ao redor. São Paulo: Lua de Papel, 2011.

GOMAN, Carol Kinsey. **A linguagem corporal dos líderes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. Arquivo Kindle.

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. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. UFRGS. Porto Alegre, 2009.

HOLM, Mateo. **A linguagem corporal não mente**: A arte de interpretar e dominar a linguagem não verbal. Amazon, 2017. Arquivo Kindle.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LEOPOLDO e SILVA, Franklin. Prefácio para **Sobre o declínio da “sinceridade”**: filosofia e autobiografia de Jean-Jacques Rousseau a Walter Benjamin. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

LISBOA, Sílvia S. M. **Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor**: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência. Tese. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. UFRGS. Porto Alegre, 2012.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios & procedimentos. Campinas: Pontes, 2015.

OROZCO, Guilherme; MILLER, Toby. A televisão além de si mesma na América Latina. Matrizes, v.12, nº 3. São Paulo, set./dez. 2018
Disponível em: encurtador.com.br/cfguR

PÊCHEUX, Michel; FUCHS, Catherine. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, Françoise, HAK, Tony (Org.). **Por uma análise automática do discurso**: Uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

QIU, Hao; XIN, Xiaohao. **Meet the real-life news presenter behind the world’s first AI anchor**. South China Morning Post, 2018. Disponível em: encurtador.com.br/dozOP

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.