

Televisão e Autorreferência.
Os discursos dos apresentadores do *Jornal Nacional* e do *Fantástico*¹

Ana Regina Teixeira da Silva² & Cláudio Cardoso de Paiva³

Resumo: Ícone maior da cultura de massa no Brasil, a televisão aberta está inserida, atualmente, numa conjuntura mais ampla: a da cultura midiática. Interessa-nos, através deste artigo, demonstrar uma característica da apresentação dos fatos, neste contexto: a retórica da autorreferência nos processos enunciativos, tendo em vista também o deslocamento dos apresentadores ao local do acontecimento. Para tanto, analisaremos os efeitos de sentido produzidos durante a ancoragem in loco do *Jornal Nacional*, na cobertura das enchentes, em Santa Catarina (2008), e na entrevista concedida pelo ator Tom Cruise à apresentadora-repórter do *Fantástico*, Patrícia Poeta, em fevereiro de 2009.

Abstract: Icon of largest mass culture in Brazil, open broadcast television is inserted, in now days, in the broader cultural environment: the media culture. Interest to us, through this article, demonstrate a feature of the presentation of the facts in this context: the rhetoric of self-reference in the enunciation processes, also paying attention to the movement of the presenters to the location. To this objective, we analyze the meaning effects produced in the anchor spot of the *Jornal Nacional*, in the coverage of the floods in Santa Catarina (2008), and the interview given by the actor Tom Cruise to the presenter-reporter of *Fantástico*, Patricia Poeta in february 2009.

Palavras-Chave: Televisão. Realidade. Autorreferência.

Keywords: Television. Reality. Self-reference.

1. A cultura midiática e as tramas do real

Quando as torres do World Trade Center foram atacadas em 11 de setembro de 2001, telespectadores, jornalistas, estudiosos de mídia, comentaristas políticos foram unânimes ao comparar tais imagens às cenas dos filmes de Hollywood; afirmou-se que o mundo acabara de ver algo que nem os cineastas mais arrojados ousariam representar. A referência às narrativas catastróficas do cinema, na tentativa de compreensão do acontecimento, demonstra o quanto a nossa percepção da realidade é influenciada pela cultura audiovisual.

Partindo do pensamento de Alain Badiou, que identifica a paixão pelo real como a principal característica do século XX, Žižek (2003) afirma que a sociedade atual tem urgência de viver o real até as últimas consequências e, ao mesmo tempo, é incapaz de integrá-lo ao que define como realidade. Deste modo, tais acontecimentos seriam sublimados ao ponto de serem vivenciados como pesadelos fantásticos.

É essa a lógica oculta por trás da associação frequente entre os ataques e os filmes-catástrofe de Hollywood: o impensável que havia acontecido era o objeto da fantasia; e assim, de certa forma, os Estados Unidos haviam transformado em realidade suas fantasias, e esta foi a grande surpresa. (ZIZEK, 2003, p. 30).

Observe-se que a interpretação de fenômenos como o descrito acima não é possível sem que se considere a natureza englobante da cultura midiática que, de modo mais abrangente, é comum a toda forma de cultura. Neste sentido, julgamos oportuna a reflexão de Geertz (1978, p. 24), segundo o qual “a cultura não é um poder, algo ao qual podem ser atribuídos casualmente os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos; ela é um contexto, algo dentro do qual eles podem ser descritos de forma inteligível - isto é, descritos com densidade”.

Para vislumbrar melhor o contexto da cultura midiática, nos valemos do percurso histórico traçado por Santaella (2003). Segundo a autora, a cultura das mídias se originou nos anos 1980, a partir do surgimento de novas linguagens e tecnologias de comunicação como walkman, videogames, videocassetes, videoclipes e a TV a Cabo, que possibilitaram um consumo individualizado dos produtos culturais, em relação aos padrões de consumo da cultura de massa.

Considerando estes novos hábitos de consumo e interação, Santaella (2003) defende que a cultura das mídias é uma forma cultural intermediária em relação à cultura de massa e à cultura digital. A autora destaca também que o hibridismo característico da dinâmica da cultura midiática, que propicia trocas e misturas “entre as múltiplas formas, estratos, tempos e espaços de cultura” faz com que essa forma de cultura seja “tomada como figura exemplar da cultura pós-moderna” (SANTAELLA, 2003, p. 59).

O caráter horizontal dos processos comunicativos, originados no contexto da cultura midiática, também é vislumbrado na definição do pesquisador Cláudio Paiva:

Quando falamos em cultura midiática apreciamos as conexões entre a oralidade, visibilidade e tecnicidade, num momento em que deixamos de ser meramente agentes passivos numa comunicação e formação cultural massiva, excludente e vertical, e passamos à condição de agentes ativos num processo mais participante, interativo, literalmente comunicacional. (PAIVA, 2008, p. 16)

Por outro lado, é oportuno lembrar que a contemplação da cultura midiática audiovisual está, conforme este autor, historicamente, relacionada ao problema da imagem e do imaginário. O poder das imagens, sua proliferação e saturação nos espaços midiáticos,

bem como sua força nos modos pós-modernos de comunicação, têm sido objeto de estudo de muitos pesquisadores como WOLFF (2003); BAUDRILLARD (1999); MAFFESOLI (1996).

Francis Wolff defende que a imagem tem um caráter afirmativo, que faz com que as formas da realidade sejam observadas pela dicotomia verdadeiro-falso, visto que “a imagem, sem o dizer, diz sempre o que é” (WOLFF, 2003, p. 27). Para explicar essa desconfiança ancestral quanto aos recortes do real oferecidos pelas imagens, o autor retoma a origem latina da palavra simulacro.

Recorrendo ao conceito de *mimese* (imitação da natureza, para os gregos), podemos chegar a uma melhor compreensão da noção de *simulacro*. Conforme Luna (2005, p. 179), Platão defendia uma concepção idealizada do mundo, da busca pela verdade (Em o *mito da caverna* denuncia as imagens como uma falsa representação da realidade); Logo, ele fixa uma acepção negativa de simulacro, enquanto imitação da natureza.

Em Baudrillard (1999), o termo *simulacro* é retomado para conceituar o rompimento total com a distinção entre o real e o virtual. No caso da televisão, a imagem não teria relação com qualquer realidade e o acontecimento real seria substituído por um duplo. Assim, os acontecimentos, representados a partir de tais imagens, seriam também virtuais, esvaziados em seu sentido histórico, social e político.

Em uma perspectiva mais compreensiva, Maffesoli (1996) traz a noção de *mundo imaginal*, forjada para definir o universo de imagens que forma o imaginário coletivo na sociedade pós-moderna. Para ele, o mundo contraditório e impreciso das aparências é “o único lugar visível” (MAFFESOLI, 1996, p. 192) e, portanto, algo de muito significativo se mostra nesse *mundo imaginal*. Assim, podemos inferir que imagens ficcionais e jornalísticas como as do emblemático 11 de setembro ou da eufórica chegada do primeiro presidente negro dos Estados Unidos à Casa Branca não apenas atuam na formação do imaginário coletivo da sociedade pós-moderna, como também constituem um mosaico das sensações e dos valores que norteiam a nossa época.

Partindo destes pressupostos, abordaremos neste artigo o modo como a linguagem dos programas televisivos tem sido elaborada sob os princípios da retórica de autorreferência. Neste sentido, observaremos os elementos constitutivos de tal discurso, considerando a questão da presença dos apresentadores dos programas nos locais dos acontecimentos.

2. Da construção da realidade à realidade da construção

Os acontecimentos, conforme Charaudeau (2005, p. 95), podem ser vistos como fenômenos em estado bruto, da ordem do “mundo a comentar”. No entanto, ao serem tratados pela mídia são sempre construídos, tendo em vista, sobretudo, seu potencial de atualidade, socialidade e imprevisibilidade. Assim, o universo da informação midiática é construído, de modo que os discursos veiculados geram diferentes efeitos de verdade.

Para além das análises sobre a construção do real operada no âmbito dos programas de TV e, particularmente, no telejornalismo, uma tendência que se tem intensificado nas coberturas dos acontecimentos é o deslocamento dos apresentadores para o local dos fatos com ênfase em um discurso autorreferencial. Assim, observa-se a passagem da ideia da construção da realidade para a da realidade da construção, como afirma FAUSTO NETO (2006).

A inclusão das rotinas produtivas no discurso e sua transformação em mote da enunciação já havia sido observada por Umberto Eco (1993), a partir das definições de *paleotelevisão* e *neotelevisão*. No texto *Tevê: a transparência perdida* (1983), o autor indicava o fim de um modelo de TV - a *paleotevê* - cujo objetivo era apresentar uma realidade na qual a instância mediadora não interferiria, ou seja, os fatos ocorreriam da mesma maneira, com ou sem a presença das câmeras, e o foco da narrativa era o enunciado. O advento da *neotevê*, segundo Eco, se deu com o surgimento dos múltiplos canais, da TV por assinatura e de tecnologias que possibilitaram novas formas de consumo televisivo como o controle remoto. Este modelo seria caracterizado, principalmente, pela autorreferência, uma operação em que o enunciador se coloca à frente do enunciado:

Ela fala de si mesma e do contato que estabelece com o próprio público. Não interessa o que diga ou sobre o que ela (também porque o público, com o controle remoto, decide quando deixá-la falar e quando mudar de canal). Ela, para sobreviver a esse poder de comutação, procura entreter o espectador dizendo-lhe “eu estou aqui, eu sou e eu sou você”. (ECO, 1993, p. 183).

O ato de olhar para a câmera, de colocar em cena equipamentos antes restritos aos bastidores, como microfones, câmeras e telefones, são indícios dessa prática que, conforme o autor, contribui para uma redução das diferenças entre informação e espetáculo. Um exemplo concreto dessa revelação dos bastidores foi a mudança no conceito estético do cenário do Jornal Nacional, em 2000, quando o espaço da redação, que antes era privado no programa, tornou-se público.

Serelle (2008), por sua vez, observa a acentuação da autorreferência, em estudo sobre os programas *Profissão Repórter* e *Cena aberta*, veiculados pela TV Globo. O autor identifica o fenômeno, através do conceito de metatevê, que alude à figura da metalinguagem, afirmando que tal prática “parece sustentar que a linguagem dessa mídia não é apenas fenômeno mediador, mas uma experiência autêntica a ser vivenciada e desejada” (SERELLE, 2008, p. 4-5, on-line).

O autor observa que as formas da metatevê não são recentes, visto que vestígios do “mirar-a-si-mesmo” televisivo já existiam em programas dos anos 1950. Entretanto, “a naturalização e difusão destas para além do âmbito do cômico, abrangendo, por vezes, de forma híbrida, o jornalístico, o ficcional e o publicitário, parecem ser traços pertinentes da programação contemporânea, em que a televisão tornou ainda mais perceptível sua concretude ao narrar a si mesma”. (SERELLE, 2008, p. 4).

Assim, o ato de narrar o modo de fazer apontaria para um deslocamento da prática jornalística, cuja relação entre o acontecimento e sua enunciação tem sido marcada pela ênfase nos processos retóricos da enunciação como uma estratégia de legitimação na apresentação do acontecimento.

Por outro lado, a intensificação da autorreferencialidade pode estar associada, segundo Fausto Neto (2006), aos novos padrões de confiabilidade que vinculam nas instâncias produtoras e receptoras da produção jornalística. Segundo ele, o uso da autorreferência pode também contribuir para uma imagem de autossuficiência dos veículos de comunicação em construir a sua e outras realidades. Neste sentido, ele questiona: “Repousariam neste aspecto as bases com que a mídia estimaria a fundar um novo regime de confiança?” (FAUSTO NETO, 2006, p. 60)

4. Os apresentadores

As relações entre a imagem positiva do casal William Bonner e Fátima Bernardes, apresentadores do Jornal Nacional, e a fidelização da audiência do telejornal tem sido objeto de vários estudos (HAGEN, 2008; FECHINE, 2008). Os postulados destes pesquisadores foram reafirmados na sétima edição da pesquisa *Marcas de Confiança*, realizada em 2008 pelo Ibope Solutions, em parceria com a revista *Seleções Reader's Digest*⁴. Na ocasião, os apresentadores conquistaram o 1º lugar na categoria Jornalista, com 80% da preferência dos pesquisados.

Esse é um dado significativo, pois conforme Fechine (2008, p. 1) “a credibilidade do telejornal é influenciada diretamente pela confiança que os espectadores depositam nos seus apresentadores”. Outro fato que ilustra a importância dessa empatia entre apresentadores e telespectadores é o episódio da troca da dupla formada por Cid Moreira e Sérgio Chapelin por apresentadores-jornalistas, em 1996:

Cid Moreira e Sérgio Chapelin, dupla de apresentadores que havia se tornado, ao longo dos anos, uma marca registrada do Jornal Nacional, foram substituídos por William Bonner e Lilian Witte Fibe. (...) A troca dos apresentadores talvez tenha sido, em toda a história do JN, a mudança que o público mais sentiu, acostumado que estava com a voz grave de Cid Moreira desde a estréia do telejornal. (JORNAL NACIONAL, 2005, pp. 287-288).

Já no caso do Fantástico, veiculado pela TV Globo, desde 1973, sob o formato de revista eletrônica, temos um vínculo diferente entre os apresentadores e o programa. A revista eletrônica, que reúne informação e entretenimento, faz uso de diversas linguagens e efeitos audiovisuais. Além da maleabilidade do formato, a linguagem leve, as especificidades da apresentação (os apresentadores usam um vestuário mais glamouroso que o usado nos telejornais convencionais, movimentando-se pelo cenário e dialogando entre si, frequentemente), e outras particularidades do programa geram, conforme a autora, uma expectativa diferente nos telespectadores:

Ao contrário do que acontece, ou aconteceu, com o jornalismo mais clássico da emissora, particularmente o Jornal Nacional, a credibilidade não é uma peça fundamental do programa. Não se espera que o telespectador acredite em algo porque ‘deu no Fantástico’. Em seu discurso há espaço para a dúvida, para o não-resolvido e o público está consciente disso. (RONDELLI, 2004, p. 48).

Outro dado importante diz respeito à presença de vários apresentadores no estúdio. Sobre a história da revista eletrônica, Rondelli enfatiza que com a evolução do Fantástico houve um aumento do espaço para a informação jornalística no programa, que inclusive seguiu a tendência dos telejornais da emissora, contratando apresentadores-jornalistas e tirando de cena os locutores como Cid Moreira. Assim, em 1988, William Bonner, Sérgio Chapelin e Valéria Monteiro se tornam apresentadores do programa, fato destacado por Rondelli (2004, p. 52): “É importante notar a presença de três apresentadores, o que impede a associação de qualquer um deles com o programa. Essa alteração faz com que o Fantástico seja conhecido por suas características e não pelo rosto de quem o apresenta”.

A mesma lógica pode se aplicar à realidade atual do programa, que é realizado sob o comando de quatro apresentadores (Zeca Camargo, Patrícia Poeta, Renata Ceribelli e Tadeu Schmidt), que também atuam eventualmente como repórteres.

5. Jornal Nacional: o apresentador como ator no acontecimento

Na edição de 27 de novembro de 2008, o apresentador e editor-chefe do Jornal Nacional, William Bonner, apresentou o telejornal em Santa Catarina, durante a cobertura da tragédia que se abateu sobre o Estado, por conta das fortes chuvas e alagamentos registrados naquele mês.

A prática do deslocamento dos âncoras para o local dos acontecimentos não é recente. No início da década de 1990, a busca do telejornal pela credibilidade se revelava por meio de estratégias como a atribuição da função de âncora móvel ao repórter Carlos Nascimento⁵. Acontecimentos como a ECO 92, a cobertura da Copa do Mundo 1994 e o velório do piloto Ayrton Senna foram apresentados ao vivo por ele. A ideia teria partido do então diretor de Jornalismo da Globo, Alberico de Sousa Cruz, que acreditava que “o âncora, na verdade, está superado: só acredito hoje no apresentador que for para a rua, que abandonar a caverna que é o estúdio e for para o local onde acontece a notícia (...) o âncora tradicional está morto, superado...” (VIEIRA, 1991, apud SQUIRRA, 1993, p. 126).

Esta prática se repetiu na cobertura de fatos recentes, sob apresentação de William Bonner e Fátima Bernardes, destacando-se: as Copas do Mundo de 2002 e 2006; a morte do Papa João Paulo II (2006); os ataques do PCC em São Paulo (2006); os Jogos Pan-americanos 2007; o acidente com o avião da TAM (2007); a vitória do primeiro presidente negro dos Estados Unidos, Barack Obama; e as enchentes em Santa Catarina (2008).

Note-se que, nessas ocasiões, a postura dos apresentadores se aproxima daquela do âncora, do modo como este foi preconizado no modelo americano, ou seja, eles se permitem adotar uma postura mais subjetiva, comentam os fatos e emitem opiniões com mais liberdade. Assim, buscamos observar algumas regularidades do discurso desse tipo de cobertura jornalística, identificando entre outros elementos as marcas do discurso da autorreferencialidade, como efeito de presença.

O trecho analisado corresponde à “cabeça” de uma das matérias daquela edição, e tem duração de 01’12”. Observamos na chamada feita pela apresentadora Fátima Bernardes, que as informações que mostram a dimensão do problema das chuvas no Estado também justificam a presença do apresentador naquele local: *A Defesa Civil de Santa*

Catarina estima que 1,5 milhão de pessoas estão sofrendo as consequências da chuva no estado. William Bonner está em Blumenau, uma das cidades mais castigadas pelas enchentes.

Esses dados são essenciais para a definição de situação, nos termos de Sádaba (2008), que determina a decisão pelo enquadramento do fato, enquanto objeto de alta repercussão. Em seguida, com a entrada do apresentador ao vivo de Santa Catarina, a tela é dividida, por alguns segundos, entre a imagem de Fátima no estúdio e a de Bonner. Esta estratégia produz um efeito de continuidade espacial no telejornal, conforme Fechine (2008). É como se ambos dividissem uma bancada virtual.

O primeiro trecho, que destacamos da fala do apresentador, mostra uma narrativa realizada na primeira pessoa do singular, ao invés do texto em terceira pessoa que é recomendado pelos manuais de telejornalismo, tendo em vista o ideal da objetividade: *Eu estou no prédio da Prefeitura de Blumenau*, diz ele. Segundo o professor José Luiz Fiorin⁶, o texto em terceira pessoa gera o apagamento do emissor no processo de enunciação, produzindo um *efeito de verdade*, ou nas palavras do pesquisador, um *simulacro de isenção*. Assim, Bonner se inscreve no enunciado em uma forma de texto subjetiva e prossegue, oferecendo ao telespectador uma breve descrição do cenário no qual se encontra: *Aqui atrás está a ponte de ferro, que é uma espécie de símbolo da cidade.*

Ao trazer novos dados sobre a dimensão da tragédia, Bonner reafirma a singularidade do fato e a justificativa de sua presença no local:

William Bonner: Fátima, você mencionou um milhão e meio de pessoas que de alguma forma estão sentindo os efeitos da chuva e ainda há outros números desoladores: 99 pessoas morreram, mas 19 ainda são consideradas oficialmente desaparecidas, em doze municípios a situação é de calamidade pública. Desabrigados, desalojados somam quase 80 mil pessoas. Foi essa tragédia que nos trouxe a Santa Catarina. É uma forma de expressar o respeito do Jornal Nacional pelas vítimas.

Neste trecho, a estratégia de ancorar o telejornal *in loco* ganha contornos humanitários, haja vista a referência a valores morais como o *respeito* e a *solidariedade*, remetendo inclusive a uma possível responsabilidade social do telejornal. Considerando a fragilização dos cidadãos nessas ocasiões, esse tipo de afirmação pode ser reconfortante e contribuir para a fidelização do público atingido e dos demais telespectadores.

Em seguida, o apresentador dá detalhes de sua rotina produtiva no Estado: *Eu desembarquei em Florianópolis, por volta do meio-dia de hoje, e logo em seguida eu me*

juntei à equipe da RBS TV de Santa Catarina, que tem mostrado esse drama desde o início nos telejornais da Globo. Por estas marcas, podemos inferir que o apresentador é também um personagem na narrativa jornalística ou, no dizer de Fausto Neto (2006), um tríplice sujeito: *ator-testemunha-protagonista*.

Tendo em vista a interpelação de Bonner perante o público na chamada da matéria, resgatamos uma de suas frases: *Nós vamos dividir com você agora uma amostra do que eu vi, nessa viagem de uma hora e meia, num helicóptero da afiliada da Rede Globo no Estado.* Através deste recurso discursivo, “o telespectador é convidado a assistir a determinada notícia como se estivesse na sala da casa do apresentador”, conforme o pesquisador Alfredo Vizeu (2008, p. 24). Por esta lógica, inferimos que, ao chamar as matérias do local do acontecimento, o âncora estaria também chamando o telespectador ao local do fato para observá-lo, mas a narrativa do telejornalismo é fragmentada e organizada no tempo e, por isso, só é possível ver *uma amostra do que eu vi*.

6. Fantástico: a apresentadora e o prestígio social

O conteúdo do programa de estreia, veiculado em agosto de 1973, trazia noticiário, teleteatro, humor e variedades, delineando o perfil da nova atração das noites de domingo, na TV Globo: *Fantástico, o show da vida*. Também há espaço garantido às celebridades do mundo artístico - instantâneas ou consagradas -, que legitimam, com a beleza de seus rostos joviais e sua trajetória bem-sucedida, os ideais de realização individual da sociedade pós-moderna.

A título de exercício de uma análise de comunicação comparada, tomamos como exemplo trechos da entrevista realizada pela apresentadora do programa Patrícia Poeta com o ator americano Tom Cruise, durante sua visita ao Brasil, em fevereiro de 2009. Vale destacar que a entrevista, conforme afirma Charaudeau (2006), “é da ordem do acontecimento construído pela mídia”. Assim, observamos que a entrevista é narrada, enquanto acontecimento, num intervalo com duração de 01’42”, numa reportagem com duração de 05’57”. A reportagem é chamada, ao som de música pop, pelo apresentador Zeca Camargo, que sorri e fala o texto de forma descontraída: *Ele veio a trabalho, divulgar o mais novo filme, mas passeou bastante. Sempre acompanhado da mulher e da filhinha de dois anos. E deu uma entrevista exclusiva para Patrícia Poeta.*

O ator representa o ideal, apontado por Edgar Morin, da vida dos olímpicos modernos, heróis do espetáculo: ele viaja a trabalho, mas pode levar a família, como se

estivesse de férias. Nos termos de Morin (1975, p. 63), “vivem de amores, de festivais, de viagens. (...) Até mesmo seu trabalho é uma espécie de grande divertimento, voltado à glorificação de sua própria imagem”. Ao usar os termos entrevista exclusiva, o apresentador indica o prestígio e credibilidade do programa, já que a viagem do ator ao Brasil era o assunto da semana nos programas sobre celebridades do país.

Em seguida, a apresentadora Patrícia Poeta começa a narrar, no estúdio, como foi seu encontro com Cruise: *A entrevista aconteceu num hotel que é cartão-postal do Rio de Janeiro. Um efeito visual desloca a imagem da apresentadora para o hotel: Foi aqui no Copacabana Palace que eu reencontrei um Tom Cruise alegre e descontraído.* Note-se que, assim como não havia indícios de chuva no local onde William Bonner apresentou o Jornal Nacional, em Blumenau, o acontecimento em questão - a entrevista - já havia terminado. É importante observar também que, assim como Bonner, a apresentadora narra em primeira pessoa. E, pondo-se em uma posição de intimidade em relação ao astro, continua: *E a nossa conversa não se restringiu às atuações dele no cinema.*

Narrando em off, Patrícia Poeta prossegue em tom de diálogo com o telespectador: *Você viu, não é?* Enquanto imagens do ator acenando, dando entrevistas e fotos do site EGO, cujo foco é a vida das celebridades que aparecem. Diz ela: *Tom Cruise passou pelo Brasil esta semana, sorriu, tirou foto, foi à praia com a família, comeu churrasco. Como diria o saudoso Jamelão, “parecia pinto no lixo”. Foi este mesmo Tom Cruise simpático e sorridente que eu encontrei no hotel para uma conversa exclusiva ao Fantástico. E, logo de cara, ele me surpreende: “Você não disse que eu deveria vir conhecer o Brasil?, aqui estou eu”.*

Enquanto as imagens dos preparativos da entrevista aparecem - a câmera mostra a sala onde se deu a entrevista, fios, equipamento de iluminação e Tom pondo um microfone sob a roupa - temos o trecho de uma fala da apresentadora que marca a reportagem: *“Ué, será que ele se lembra ou algum assessor avisou?”* Enquanto aparecem imagens de arquivo do Fantástico, a apresentadora explica:

*- Em 2002, eu entrevistei o Tom Cruise pela primeira vez. Foi em Nova York, e ele parecia bem mais jovem. E eu, bem mais “cheinha”. Estava no oitavo mês de gravidez e o nosso astro mostrou toda sua atenção com mulheres grávidas. Deu até um presente pro meu filho, um carrinho vermelho, em miniatura; (aparecem em cena imagens de um carro vermelho com ares futuristas, que passeia por vários cenários do filme *Minority Report* – em lançamento na época).*

Quando Patrícia pergunta se o ator lembrou ou algum assessor avisou, indisfarçadamente, questiona sobre seu próprio prestígio junto ao ator, ao mesmo tempo em que alude à prática profissional do assessor de imprensa. Este prepara seu assessorado para lidar com o entrevistador, munindo-o de informações sobre o mesmo e o veículo de comunicação em questão e preparando-o para eventuais perguntas. A narração da entrevista anterior mostra que tal momento foi especial tanto na carreira como na vida pessoal da apresentadora. Afinal, ela também é uma celebridade, que recebe presentes dos astros de Hollywood.

Antes da entrevista, a apresentadora explica novamente a finalidade da viagem de Cruise, enquanto imagens do trailer do novo filme aparecem na tela. **E prossegue com perguntas sobre a carreira e a vida pessoal do ator, e antes de finalizá-la, Patrícia trava um diálogo com o ator para lembrar e retribuir a cortesia da primeira entrevista, em Nova York, oferecendo-lhe também um presente: *Antes de terminar a entrevista e já que você está no meu país agora, eu queria retribuir aquele presente que você me deu seis anos atrás. Isso aqui é pra você. Aliás, não é pra você não, é para sua filha.*** Cruise responde: “É para a Suri? Que maravilha! Posso abrir?” Patrícia: “*É para ela, mas você pode abrir (...)*”. Deste modo, a matéria é finalizada, reafirmando a imagem de prestígio da repórter-apresentadora, que troca presentes com Tom Cruise, como fazem os bons amigos.

7. Para concluir

Embora os trechos analisados sejam de natureza distinta - a cobertura de uma catástrofe natural e uma entrevista com uma estrela do cinema -, encontramos as características da *neotevê*, em ambos os programas. Percebemos que a presença dos apresentadores no local onde os fatos aconteceram funciona como elemento de autorreferência, como se afirmassem de forma contundente: o programa está aqui!

Essa prática não apenas destaca importância do fato, como também produz um efeito de presença e atualidade (FECHINE, 2008). Neste sentido, é preciso considerar as especificidades de cada processo enunciativo: Bonner, enquanto apresentador e editor-chefe do Jornal Nacional, só apresenta o telejornal em um local diferente quando o acontecimento é extraordinário; ao passo que a presença de Patrícia Poeta no local não traz tanto impacto, já que é comum o fato de ela e os demais apresentadores também realizarem reportagens no programa, como é o caso das famosas viagens de Zeca Camargo.

Observamos também que outros elementos distintivos da *neotevê* são mais evidentes na matéria do *Fantástico*, como é o caso das imagens dos bastidores da entrevista e do destaque ao prestígio da apresentadora junto ao entrevistado, que chega a ser presenteado por ela. Acreditamos que o próprio formato do programa, que visa, sobretudo, o entretenimento, favorece isso, pois não se imagina algum apresentador ou mesmo repórter do JN trocando presentes com entrevistados em frente às câmeras.

Nos dois casos, outras regularidades discursivas, como o emprego da narrativa em primeira pessoa, demonstram um tipo de apresentação subjetiva, que parece confirmar-se como tendência nos programas televisivos, em suas estratégias de fisgar a atenção do telespectador.

8. Referências

BAUDRILLARD, Jean. “Televisão/Revolução: o caso Romênia”. In: PARENTE, Andre (org.) *Imagem-Máquina : a era das tecnologias do virtual*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das Mídias*. Tradução Angela S. M. Corrêa. - São Paulo: Contexto, 2006.

ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

FAUSTO NETO, A. “Mutações nos Discursos Jornalísticos: da 'Construção da Realidade' à 'Realidade da Construção' ”. In: FELIPPI, A; SOSTER, D; PICCININ, F. (Org.). *Edição em Jornalismo: Ensino, teoria e prática*. Santa Cruz do Sul-RS: EDUNISC, 2006.

FECHINE, Yvana. A nova retórica dos telejornais: Uma discussão sobre o ethos dos apresentadores. Compós, 2008. Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=26. Acesso em 30 de janeiro de 2008.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

HAGEN, Sean. A emoção como complemento à objetividade na imagem dos apresentadores de telejornal: uma análise do processo de fidelização do telespectador. Compós, 2008. Disponível em: www.compos.org.br/data/biblioteca_376.pdf. Acesso em 06 de janeiro de 2008.

JORNAL NACIONAL. *A notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

LUNA, Sandra. *Arqueologia da ação trágica: o legado grego*. João Pessoa: Idéia, 2005.

MAFFESOLI, Michel. *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes, 1996.

MORIN, Edgard. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1975.

PAIVA, Cláudio C. “Elementos para uma epistemologia da cultura midiática”. In: Culturas Midiáticas. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. – Ano I, n. 1 (jul./dez.2008). João Pessoa: UFPB, 2008. Disponível em: http://www.cchla.ufpb.br/culturasmidiaticas/pdf/01/01_claudio.pdf> Acesso em 10 de fevereiro de 2009

RONDELLI, Daniella. A ciência no picadeiro: uma análise das reportagens sobre ciência no programa Fantástico. Dissertação, 2004. Disponível em: <[http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde_busca/arquivo.php? codArquivo=33](http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=33)> Acesso 10.02.2009.

SÁDABA, T. *Framing: el encuadre de las noticias - el binômio terrorismo e meios*. Buenos Aires: La Crujia, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. *Culturas e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

SERELLE, Márcio. Metatevê: A mediação como realidade apreensível. In: Compós, 2008. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_328.pdf. Acesso em 30 de janeiro de 2009.

SQUIRRA, S. *Bóris Casoy: o âncora no telejornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1993.

TARANTINO, Mônica. Minha vida é um reality show. Revista Isto É. Ed. 2040. 10/12/2008. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoe/edicoes/2040/artigo118333-1.htm>. Acesso em 14 de dezembro de 2008.

VIZEU, Alfredo e CORREIA, João Carlos. “A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência”. VIZEU, Alfredo (org.). In: A sociedade do telejornalismo. Petrópolis: Vozes, 2008.

WOLFF, F. “Por trás do espetáculo: o poder das imagens”. In: NOVAES, A. (org). *Muito além do espetáculo*. São Paulo: SENAC, 2003.

ZIZEK, Slavoj. *Bem-Vindo ao Deserto do Real!* - Cinco Ensaios sobre o 11 de setembro e datas relacionadas. São Paulo: Boitempo, 2003.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Cultura das Mídias”, XVIII Encontro da Compós, PUC-MG, Belo Horizonte, junho de 2009.

² Mestranda do PPGC/UFPB; Especialista em Jornalismo Cultural, FIP; Graduada em Comunicação Social, UEPB; aninharts@hotmail.com

³ Prof. Associado II, Departamento de Comunicação; PPGC/UFPB; Mestre em Comunicação, UnB; Doutor em Ciências Sociais, Paris V, Sorbonne; pesquisador em Televisão (Ficção Televisiva Seriada); Cinema; e Mídias Digitais; claudiocpaiva@yahoo.com.br

⁴ A pesquisa foi realizada via Internet, entre os dias 01 e 30 de junho de 2008. Uma amostra de 1.500 questionários foi utilizada para aferição de resultados, representando o universo de cerca de 1,5 milhão de leitores da revista *Seleções* no país. Disponível em: http://www.selecoes.com.br/publicidade_pesquisa_marcas.asp. Acesso em 10 de janeiro de 2009

⁵ Conforme Squirra (1993), o repórter fora âncora no *Jornal da Cultura* e no *São Paulo Já*, na década de 1980, tendo realizado também cobertura de fatos marcantes como as greves do ABC e a morte do presidente Tancredo Neves.

⁶ Palestra proferida por José Luiz Fiorin, durante o Seminário “Enunciação das Mídias”, Recife, novembro de 2008