

TV E SEUS ATORES: O JEITO DE COMUNICAR DA TV UNIFRA¹

TV AND ITS ACTORS: TV UNIFRA'S WAY OF COMMUNICATING

Michelli Taborda², Morgana Hamester³ e Sibila Rocha⁴

RESUMO

Investigam-se os contratos de leitura dos atores sociais (âncoras) de dois programas da grade de programação da TV UNIFRA. Busca-se mapear as marcas representativas do personagem/ator/apresentador/comunicólogo da TV UNIFRA, entendendo-o como uma “peça” fundamental na circulação dos objetos midiáticos. As bases teóricas refletem os fundamentos que explicam os papéis de jornalista âncora e apresentador, podendo ser diferenciados pelas funções que exercem. A partir deste cenário a questão norteadora do trabalho é: que marcas semânticas dois apresentadores de programas da TV UNIFRA estabelecem nos seus papéis de apresentadores/âncoras? Tem-se como objetivo compreender o modo como âncoras expressam marcas discursivas nas apresentações de programas. O percurso metodológico selecionou as seguintes categorias para analisar estas marcas discursivas: cenário, identidade e tematizações. Deste conjunto de dados, identificou-se que pode haver diferenciações no modo de ancorar um programa de televisão. No caso específico dos programas analisados da TV Unifra - Contra Ponto e Stúdio Cultural - os apresentadores foram classificados como “bricoleur” e “flâneur”, conceitos de Levi-Strauss (1989) e Walter Benjamin (2009) respectivamente.

Palavras-chave: âncora, estratégias de discurso, *bricoleur*, *flâneur*.

ABSTRACT

The article investigates the reading contracts of the social actors (hosts) in two shows of TV UNIFRA. The aim is to map the representative traces of the character/actor/presenter/communication specialist of TV UNIFRA, in order to understand him as a key participant of the circulation of media objects. The theoretical bases reflect the fundamentals that explain the roles of host and presenter as they can be differentiated by the functions they may perform. Based on this scenario, the guiding question of the research is: What semantic marks do two journalists working at TV UNIFRA have in their roles as presenters/hosts? The objective is to analyze how they express their discursive marks during the shows. The methodological approach selected the following categories: scenery, identity and themes. From this data set, it was identified that there may be some differences in the way a TV show may be hosted. In the specific case of the two shows analyzed – Contra Ponto and Estúdio Cultural – the hosts are classified as “bricoleur” and “flâneur.” The concepts were made by Levi-Strauss (1989) and Walter Benjamin (2009), respectively.

Keywords: host, discourse strategies, *bricoleur*, *flâneur*.

¹ Trabalho de Iniciação Científica - PROBIC.

² Acadêmica do Curso de Jornalismo e bolsista PROBIC - Centro Universitário Franciscano. E-mail: atmichelli@gmail.com

³ Coautora - Centro Universitário Franciscano. E-mail: bruxamorgana@hotmail.com

⁴ Orientadora - Centro Universitário Franciscano. E-mail: sibila@unifra.br

INTRODUÇÃO

Com as diferentes grades de programação das tevês e múltiplas formas tecnológicas, surgiu o personagem/ator/apresentador/comunicólogo como uma “peça” fundamental na circulação dos objetos midiáticos, sejam jornalísticos, de entretenimento e/ou caráter institucional educativo, como é o objeto de estudo dessa pesquisa. Os novos personagens midiáticos ligados ao campo das mídias surgiram com a necessidade das instituições de ensino superior levarem sua missão e proposta educacional para além de seus muros de sala de aula. Nesse sentido, o conhecimento do saber jornalístico e a experiência em tevês são essenciais no momento em que o atores midiáticos ancoram um programa.

O trabalho mapeia as marcas representativas do personagem/ator/apresentador/comunicólogo da TV UNIFRA, entendendo-o como uma “peça” fundamental na circulação dos objetos midiáticos. As bases teóricas baseiam-se nos fundamentos que explicam os papéis de jornalista âncora e apresentador podendo ser diferenciados pelas funções que exercem. Onde o primeiro tem a responsabilidade de apresentar a notícia, ao segundo cabe o título de mestre de cerimônia. Martín-Barbeiro (1997) diz que o apresentador deve ter cuidado de não chamar mais atenção do que ele deverá enunciar, mas lhe cabe desempenhar o seu papel de “dono do programa”. A partir do cenário cria, para si, regras e características que fazem parte do trabalho para que seja reconhecido como mestre de cerimônia. Dessa forma, a sua entrada em cena está sempre fundamentada em rituais desenvolvidos através de um cerimonial específico, inspirado nas gramáticas midiáticas.

No momento em que o âncora se coloca frente a frente de um público, ele passa a interferir nesta esfera e torna-se um ator social. Logo, algumas características de representação, consideradas importantes, são identificadas na hora de assistir a um programa de televisão pela esfera da recepção. O espectador depara-se com uma impressão idealizada, oferecida pelo apresentador, o que acentua alguns fatos e acaba por ocultar outros, porém o ator social mantém a dignidade expressiva e previne-se mais contra as possíveis falhas e insinuações que o público possa ter diante de um manifesto de interação, sendo um receptor. Goffman (2007, p. 65) exemplifica isso dizendo: “Todas essas características gerais das representações podem ser consideradas como coações da interação, que agem sobre o indivíduo e transforma suas atividades em representações”.

O corpus da pesquisa é recortado a partir de descrição de operações enunciativas de cada um dos apresentadores de programas da TV UNIFRA e analisadas baseando-se em princípios comparativos. Para Eco (1984), o telespectador, quando assiste a algo, dá extremo valor à demonstração de verdade, mesmo quando o conteúdo que está sendo apresentado a ele, se encaixe numa cena de ficção. Por isso, as formas de convencimento são bem exploradas através da enunciação corporal e verbal, através de estratégias de veridicção. Estratégias que produzem um efeito de real. Isto posto, o apresentador de programa televisivo coloca-se diante das câmeras e fala com o seu público. Naquele instante, ele não é um personagem fictício.

Um dos papéis mais importantes do apresentador é de convencer seu público sobre aquilo que ele está informando. Segundo as reflexões de Eco (1984), pode-se comparar o apresentador a um julgador da verdade, já que tudo o que ele enuncia na televisão é tido como absoluto. Mas a interpretação do que é enunciado depende de cada receptor, que ao obter a informação constrói uma opinião sobre o assunto discutido e assume um papel de juiz e formador de opinião na sociedade.

Na medida em que a enunciação da linguagem é observada, fica mais clara a compreensão de que a interpretação do texto faz parte do meio da apresentação dos mestres de cerimônia dos programas televisivos. Interpretando de maneira clara, o apresentador, dessa forma, consegue transmitir o enunciado com segurança e constrói com sucesso laços de credibilidade com o seu espectador. Hoje como a imagem tem mais valor do que o próprio enunciado, a exposição que um apresentador é submetido, faz com que esse profissional adote certa postura frente aos meios que constantemente o perseguem atrás de informações pessoais. Na tentativa de glorificar a própria imagem, ele acaba tornando-se um ídolo, resultando na mitificação do lugar que é ocupado pelo apresentador. Morin (2000) explica esse fascínio que o apresentador promove em cena numa sociedade onde a imagem lidera, através do conceito de *olimpianos*. O conceito de olimpiano foi elaborado por Morin (2000) para designar os atores sociais que são conectados ao estrelato seja por trabalho ou status social. O autor ligou estes personagens ao Olimpo, local de moradia dos deuses gregos, divindades que tinham sentimentos humanos. Por isso esta categoria apresenta figuras endeusadas, amadas/odiadas, que circulam na visibilidade das mídias, mas que ao mesmo tempo tem o reconhecimento do seu lado humano, frágil/forte entre outras características da humanidade.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para este artigo, foi utilizada a obra de Morin (2000), a fim de tratar do conceito de *olimpianos* e, a partir disso, introduzir as características e funções competentes à figura do âncora de televisão, com auxílio de Eco (1984), que debate sobre o comportamento do apresentador de televisão, em especial o âncora de um telejornal e a relação com o receptor, que faz seu julgamento após receber as informações transmitidas pelo âncora.

Campos (2008) que também investiga a figura dos *olimpianos* como base na formação do âncora televisivo, ainda estabelece a relação entre este âncora e um herói, devido ao poder que este profissional tem em transmitir informações capazes de mudar a trajetória da sociedade e influenciar seu julgamento e formação de opiniões acerca do que lhes é veiculado.

Além disso, se procurou trazer as informações de Traquina (2005), que relaciona o desempenho do âncora com o cenário em que este se apresenta, bem como da influência que seu vestuário possui na forma em que o jornalista apresenta o telejornal ou programa televisivo. Goffman (2007), por sua vez, trata do conceito de audiência e da responsabilidade que o âncora possui na compreensão e sucesso de seu público-alvo.

Deste modo, construiu-se a fundamentação teórica básica deste trabalho, para que, a partir dos autores citados, fosse possível ir em busca de demais artigos e publicações que tragam as informações citadas de forma mais aprofundada e que sejam capazes de instigar o grupo a analisar a figura dos âncoras da TV UNIFRA, investigando seus papéis e características principais enquanto apresentadores de seus respectivos programas.

Na sociedade contemporânea, o papel do âncora na televisão assume, cada vez mais, espaços de significância em função das referências informativas e pessoais que ele traduz. Para entender esta questão, busca-se o conceito de *olimpianos*, proposto por Morin (2000), no qual ele explica o fascínio que o apresentador promove em cena numa sociedade onde a imagem lidera. O autor elaborou este termo para designar os atores sociais que são conectados ao estrelato, seja por trabalho ou status social, ligando estes personagens ao Olimpo, local de moradia dos deuses gregos, divindades que tinham sentimentos humanos.

Campos (2008), em seu artigo *Mitos da mídia*, diz que as celebridades, heróis e estrelas estabelecem uma relação entre o real e o imaginário, já que participam do mundo terreno, do sobrenatural e dos sonhos. Ela explica que, a partir das características humanas dos olímpicos é possível o processo de identificação entre eles e seus adoradores e, partindo das características sobre-humanas, identifica-se a projeção, a idealização.

Por isso, esta categoria apresenta figuras endeusadas, amadas/odiadas, que circulam na visibilidade das mídias, mas que, ao mesmo tempo, têm o reconhecimento do seu lado humano, frágil/forte, entre outras características da humanidade, pois enquanto apresentador, o jornalista precisa explorar suas formas de convencimento, através da enunciação corporal e verbal. Essas estratégias produzem um efeito real, ao colocar o apresentador diante das câmeras e falando com o seu público. Nesse instante, ele não é um personagem fictício.

Tendo-se o convencimento como um dos papéis mais importantes do jornalista, Eco (1984) reflete que pode-se comparar o apresentador a um julgador da verdade, já que tudo o que ele enuncia na televisão é tido como absoluto. Entretanto, a interpretação do enunciado depende do receptor, que, após receber a informação, constrói uma opinião sobre o assunto discutido e assume o papel de um juiz e formador de opinião na sociedade. Interpretando de maneira clara, o apresentador interage com o público e consegue transmitir o enunciado com segurança, estabelecendo, assim, laços de credibilidade com seu espectador.

A interação entre indivíduos se dá por meio de troca de experiências e conhecimentos, resultantes de processos de significação. A isso se pode dar o nome de “representação”, proposto por Goffman (2007), sendo o papel de um apresentador de televisão. Ao se posicionar frente às câmeras, o âncora utiliza linguagem verbal e não-verbal, a fim de ganhar credibilidade de seu espectador.

Segundo Traquina (2005)

os gestos, o ritmo das frases e a sua sequência, a expressão do jornalista e a maneira da disposição do cenário influenciam na construção da notícia, pois é através desses elementos que as pessoas traduzem o que querem compartilhar, e interação entre si (TRAQUINA, 2005, p. 67).

Assim, o âncora de televisão tem a função de traduzir a notícia ao espectador, a partir do desenvolvimento de estratégias que particularizam sua transmissão e sua forma de representação.

Os âncoras podem ser considerados atores sociais, maestros ou mestres de cerimônia, pois regem a vida dos espectadores e influenciam na formação de suas ideias e comportamentos. Goffman (2007) diz que cada indivíduo possui máscaras diante dos fatos e das pessoas. Por isso, na presença de outros, o indivíduo inclui alguns sinais que possam acentuar, de modo a confirmar o que ele precisa informar, visto que o ator deve acreditar naquilo que comunica.

O âncora, portanto, deve convencer a audiência sobre o que está informando, mas espera-se que o receptor tenha discernimento sobre o que é informação e o que é teatro, já que, a partir da informação, o espectador constrói sua opinião sobre o assunto noticiado. Assim, o âncora é o símbolo do telejornal que apresenta, com seu estilo próprio capaz (ou não) de conquistar a audiência, visto que os apresentadores são avaliados a cada minuto pelo telespectador (Goffman, 2007).

Além da linguagem verbal, a maneira como o jornalista se porta frente às câmeras é importante na construção do discurso simbólico no meio televisivo. O âncora passa a ser um companheiro do telespectador, um profissional responsável por formar a opinião da grande maioria da população de um país que não lê e onde a televisão costuma ser a única fonte de informação diária (SILVA, 2009, p. 67).

CORPUS DA PESQUISA

Em um primeiro momento, optou-se por realizar a pesquisa com os jornalistas âncoras dos programas escolhidos para análise através de entrevistas individuais com cada um dos apresentadores. Entretanto, para o início da pesquisa, realizou-se a troca de e-mails entre pesquisadores e âncoras, em uma forma de questionário, para que, de forma direta e objetiva, os jornalistas pudessem responder às perguntas propostas pelo grupo.

Desta forma, o e-mail encaminhado aos jornalistas e âncoras da TV UNIFRA continha as perguntas-chaves para iniciar a pesquisa, as quais seriam capazes de nortear o grupo para os próximos passos a serem seguidos, na continuidade do trabalho. Após um primeiro contato com os dois jornalistas para esclarecimento da intenção do envio de tais e-mails, os dois concordaram e se propuseram a responder ao questionamento, dando possibilidades ao grupo de pesquisa de realizar uma futura entrevista individual, caso fosse da necessidade e interesse das pesquisadoras.

O questionário, portanto,

é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante, sem a presença do pesquisador. Objetiva levantar opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 69).

Assim, procurou-se obter informações concretas e objetivas dos apresentadores dos dois programas veiculados pela TV UNIFRA, escolhidos para análise do grupo, utilizando uma linguagem simples e direta, para possibilitar a compreensão clara das perguntas propostas, por parte dos jornalistas.

Após análise da grade de programação da TV UNIFRA, do Centro Universitário Franciscano, o grupo optou por pesquisar dois programas veiculados pela TV, que possuem linhas editoriais diferentes, visto que cada um deles aborda um tipo de temática. Essa escolha tem por objetivo estudar e verificar as características comuns a estes dois programas e seus respectivos âncoras.

Os programas escolhidos para esta pesquisa, portanto, foram o *Contraponto*, um programa semanal de debates sobre os temas que repercutiram ao longo da semana nos principais veículos de informação, que conta com a participação de professores dos cursos de Direito, Enfermagem, História e Economia da própria instituição; e o *Studio Cultural*, mais extrovertido, com apresentações musicais, participação do público por meio de perguntas na internet e que traz informações que promovam a cultura de Santa Maria e região.

O PROGRAMA CONTRAPONTO

Com uma linha editorial que busca abordar temáticas que mereçam destaque ou que foram salientes na mídia ao longo da semana, o *Contraponto* traz assuntos que repercutem na esfera pública, como as redes sociais, mas também nos contatos face a face do cotidiano. O programa tem o objetivo de apresentar uma discussão capaz de revelar inferências a respeito dos diversos ângulos e aspectos de uma temática, dando ampla condição ao telespectador de conhecimento sobre a mesma.

A gravação do *Contraponto* é semanal, com a duração de uma hora, trazendo debates sobre as temáticas entre o apresentador e mais dois convidados. Essas temáticas podem tratar de assuntos que inferem no campo político, econômico, esportivo e também nos fatos locais ocorridos em Santa Maria e região.

O atual apresentador do *Contraponto* é Maicon Kroth (Figura 1), jornalista graduado, em 2003, pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), doutor, em 2012, em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) e professor dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Franciscano. Possui, também, experiência em radiojornalismo e em projetos de pesquisa.

Figura 1 - Maicon Kroth à frente do Contraponto. Reprodução YouTube.



Em cada edição do Contraponto, o jornalista veste uma camisa social, geralmente listrada e um pulôver em gola V de mangas compridas, contrastando com as cores da camisa, o que transmite uma maior seriedade à figura do apresentador do programa, no qual são abordadas questões que estiveram em evidência nos principais veículos de comunicação durante a semana, partindo-se, assim, para um debate entre os convidados, que fazem suas considerações.

Sentado durante toda a gravação, o apresentador costuma iniciar o programa com a frase: “Olá! Está no ar mais um Contraponto, o seu programa de debates da TV UNIFRA, do Centro Universitário Franciscano, no canal 15 da Net”, cumprimentando o telespectador e já realizando as chamadas para os temas que servirão de base para tal edição. Dessa forma, após a abertura do Contraponto, o jornalista se dirige a cada um dos convidados, em sua maioria professores do Centro Universitário Franciscano, para a apresentação dos mesmos e, posteriormente, dá continuidade ao programa.

O apresentador procura, também, se dirigir aos telespectadores em cada final de bloco, com a frase “Fique com a gente!”, além de interagir com o público durante a apresentação, com “Você, certamente, já ouviu falar sobre isso” e “Vamos debater sobre assuntos que chamaram a nossa atenção e, provavelmente, a sua atenção aí de casa”. No encerramento do programa, portanto, o âncora faz, novamente, uma interação com o público, convidando a acessar as edições anteriores do programa no canal do YouTube, a enviar e-mails com sugestões de pauta, elogios e considerações e, ainda, faz um lembrete do horário em que o programa vai ao ar, dando importância à transmissão e audiência da TV universitária.

De acordo com o jornalista e apresentador do Contraponto, a TV universitária exerce uma ótima função, em referência à proposta do programa, fazendo, assim, uma crítica, ou seja, uma discussão sobre a sociedade, baseando-se, sempre, nos assuntos que repercutiram na mídia ao longo da semana. Tal crítica, ampliada para a sociedade, através da TV universitária, exercita a capacidade de reflexão a respeito dos rumos da contemporaneidade. Segundo ele, essa crítica possibilita, também, elevar as condições dos cidadãos de observar e, deste modo, melhorar as suas condições de vida.

O PROGRAMA STUDIO CULTURAL

Oriundo do Studio Rock, o Studio Cultural é um programa semanal com a duração de 55 minutos. O carro chefe do programa é a música, trazida como uma forma de incentivar a promoção cultural de Santa Maria e região, bem como divulgar e dar espaço à cultura local, através de reportagens, entrevistas, quadros culturais e agenda de eventos.

Diferentemente do Contraponto, o Studio Cultural inicia de uma forma mais dinâmica e descontraída, com frases como: “Está valendo o Studio Cultural de hoje, pra lá de esportivo!”, seguidas de um aperto de mão – que se repete na despedida – em cada um dos convidados, que são apresentados pelo jornalista. Além disso, o figurino utilizado pelo apresentador é mais despojado, visto que ele costuma usar pulôveres de mangas compridas, calças jeans, geralmente escuras, e tênis mais casuais.

O apresentador também interage com os telespectadores, através de expressões como “o pessoal aí de casa”, “nossos telespectadores”, além de convidá-los a assistir as matérias que são produzidas e responder perguntas que são enviadas pelo público na página do Facebook da TV UNIFRA, que podem ser direcionadas ao próprio apresentador ou a qualquer um dos convidados presentes na gravação. Na finalização do Studio Cultural, o jornalista faz um lembrete aos telespectadores: “Você de casa pode mandar sugestões pelo e-mail” e agradece, além da audiência, à equipe do programa.

Baseado em uma linguagem jovial e dinâmica, o programa mescla informação e humor, em um conjunto de elementos, como entrevistas no estúdio com dois convidados, sendo um deles um músico ou banda, que respondem a questões sobre um tema da atualidade, escolhido com antecedência. Os convidados, então, interagem sobre as temáticas de forma descontraída e, a cada fim de bloco, encerra-se com um uma música, de preferência autoral, como forma de divulgação dos trabalhos produzidos na cidade e região.

As temáticas abordadas no programa são variadas, já que dependem do momento e dos acontecimentos recorrentes, pois o Studio Cultural procura levantar assuntos de relevância, que sejam capazes de promover discussões entre os participantes e o público, que participa através da internet. Esses assuntos, portanto, são discutidos previamente pela equipe da TV UNIFRA em reuniões de pauta realizadas semanalmente.

À frente do Studio Cultural está o jornalista José Quintana Jr., 28 anos, formado pelo Centro Universitário Franciscano em dezembro de 2007 (Figura 2). Quintana atuou como repórter e editor de texto na RBS TV Santa Maria, afiliada da Rede Globo, até sua contratação pelo Centro Universitário Franciscano, em fevereiro de 2012, onde iniciou como repórter e coordenador técnico e, atualmente, ocupa a função de diretor da TV UNIFRA.

Figura 2 - José Quintana Jr. no comando do Studio Cultural. Reprodução YouTube.



Segundo o jornalista, a TV universitária permite dois trabalhos bastante significativos: preparar os alunos para o mercado de trabalho, bem como aprofundar e dar espaço a temáticas que não possuem grande espaço na mídia convencional. Ele considera que, na TV comercial, o foco é a captação de recursos e que, na TV universitária, é a busca pela qualidade da produção audiovisual e cultural da programação.

PERCEPÇÕES SEMÂNTICAS DOS ÂNCORAS

CENÁRIO

Em relação ao cenário no qual estão inseridos os programas Contraponto e Studio Cultural, observa-se que os dois têm uma construção de cenários bastante diferenciados entre si, o que capacita a caracterização de cada um deles, quanto aos seus objetivos, seus formatos e, ainda, quanto as suas propostas.

O Contraponto é apresentado por detrás de uma bancada em forma de um trapézio, onde, ao centro, localiza-se o apresentador do programa e, nas laterais, os entrevistados de cada edição. Esta

bancada possibilita que os convidados presentes se ambientem no cenário da apresentação e, além desta bancada, em tons neutros, tem-se fotografias do Centro Universitário Franciscano e de alguns pontos mais conhecidos da cidade de Santa Maria. As fotografias, embora coloridas, não se sobressaem às figuras do apresentador e seus entrevistados, imprimindo uma maior seriedade ao cenário do programa (Figura 3).

Durante a exibição do programa, os personagens – jornalista e entrevistados – aparecem sentados e a imagem é recortada em plano médio, fazendo com que a atenção não se disperse nem do ambiente, tampouco do telespectador que acompanha o Contraponto.

Figura 3 - Contraponto, edição do dia 13 de agosto de 2014. Reprodução YouTube.



Já o Studio Cultural, por conta de seu formato, não utiliza bancada (Figura 4). No seu lugar, há uma poltrona, em tons de vinho, e puffs pretos, nos quais os convidados ocupam o assento. Há, ainda, um fundo colorido, com referências musicais, explicitando a característica do programa. Mais despojado, o apresentador tem a possibilidade de caminhar pelo cenário, fazendo com que os planos utilizados para apresentação sejam desde o plano geral até o plano médio, o que, de certa forma, interage com o telespectador que assiste ao programa.

Figura 4 - Studio Cultural, edição do dia 27 de julho de 2014. Reprodução YouTube.



Esse cenário imprime informalidade ao Studio Cultural, fazendo com que a proposta editorial do programa se alinhe numa perspectiva descontraída. Aliás, esta “espontaneidade” é um dos objetivos do programa ao abordar assuntos leves e referentes à cultura musical da cidade e da região, centralizando o bate-papo na figura dos entrevistados. Nesse cenário, o âncora trabalha como mais um elemento do espaço físico, ou seja, ele está inserido entre convidados, instrumentos musicais, cadeiras confortáveis e não é a figura centralizadora do processo. Ao contrário, ele divide com os convidados o primeiro plano da câmera.

Diferente deste contexto, o Contraponto transmite seriedade a partir de um formato de formalidades, onde os personagens por trás da bancada não são o centro da atenção, mas sim o mediador (âncora) do debate que conduz todas as questões, perguntas e diálogos.

IDENTIDADE

A figura dos apresentadores e como eles se apresentam no programa é revelador, visto que são eles os personagens que decidem por onde cada edição do programa vai seguir e como procederão as abordagens com os convidados/entrevistados. Assim, cada um dos jornalistas/apresentadores possui uma identidade única e um modo de proceder à condução do programa.

Ancorando ou agindo como mestre de cerimônia, o jornalista detém o poder de encaminhar a discussão/entrevista/debate para onde deseja. Ainda que sua função básica seja entrevistas, existem diferentes maneiras de realizar a entrevista, aprofundando ou apenas salientando características específicas de cada convidado.

O apresentador do *Contraponto* mantém uma característica mais séria. Ele interpela os entrevistados, aprofunda as questões em debate, questiona os entrevistados, busca mais detalhamento nas opiniões e instiga os convidados a participarem de forma mais ativa da discussão, pondo em prática as características próprias de um jornalista, que é “investigar e detalhar um saber”. Nesse sentido, o foco do programa *Contra ponto* é seu âncora e os assuntos em debates, e não exatamente os seus entrevistados, uma vez que eles não são fixos, existe uma rotação de entrevistados conforme a assunto em pauta.

Como âncora, ele necessita ter um conhecimento mais aprofundado no que está discutindo, pois deve conseguir manter o controle do debate e encaminhar a discussão para os próximos comentários e questionamentos. Sua figura, neste caso, não é a de simples apresentador do programa, mas de jornalista em si, que busca, por meio de um debate, argumentos pertinentes a cada tema.

“Professor Pereira, eu começo com o senhor. O senhor leu uma matéria sobre isso, provavelmente, e buscou uma informação. Para o senhor, é alguma novidade? Ana Amélia vem bem para governar o estado?” (Maicon Kroth, no *Contraponto*, edição do dia 23 de julho de 2014, que abordou pesquisa política sobre preferência do público pela candidata à governadora do Rio Grande do Sul, Ana Amélia Lemos).

Já a figura do apresentador do *Studio Cultural*, é possível identificar características diferentes. Em vez de interpelar os convidados, ele os enaltece. No caso do *Studio Cultural*, o foco são os entrevistados, que participam do programa como um meio de divulgação de seu trabalho, compartilhando suas práticas culturais, seus próprios gostos musicais e como optaram por seguir este caminho.

“Vou começar o bate-papo com essa gurizada, prestigiar esse pessoal que tem toda essa bagagem, tanto no mundo da música, como também no mundo da cobertura. E eu queria, já, começar o programa fazendo essa pergunta pra vocês: Vocês que estão no palco e, muitas vezes, também, na parte da divulgação, como é que está o cenário, hoje, do rock?” (José Quintana Jr., no *Studio Cultural*, edição do dia 23 de julho de 2014).

Desta forma, identifica-se na figura do apresentador a função de mestre de cerimônia, já que ele busca a valorização de seus entrevistados, deixando-os à vontade para um bate-papo mais descontraído, e não preocupando-se em questioná-los acerca de assuntos que estiveram em discussão na mídia, tal qual o *Contraponto* realiza.

TEMÁTICA

Com relação à tematização dos dois programas escolhidos da grade da TV UNIFRA, há também diferenças. Os assuntos mais recorrentes e suas consequentes abordagens tem linhas editoriais distintas. O *Contraponto*, de Maicon Kroth, com seu formato de debate acerca de notícias que foram manchete ou que receberam atenção maior do público e da própria mídia, costuma abordar temas referentes à política, economia, questões ambientais e polêmicas geradas a partir dessas temáticas.

O programa transmite, mais uma vez, a preocupação com que o apresentador, que, neste caso, atua como interpelador, em trazer para a discussão entre os convidados, assuntos que mereçam a atenção do público de telespectadores, os quais acompanham a transmissão do Contraponto. Os temas servem de base para que os entrevistados opinem e busquem, quando necessário, uma solução viável aos problemas que são apresentados.

Também é possível que as temáticas sirvam como reflexões do comportamento dos telespectadores, enquanto cidadãos políticos e responsáveis por diversas das notícias que se transformam em manchetes nos jornais de circulação diária da cidade de Santa Maria e região. Em contrapartida, o Studio Cultural traz temáticas referentes à vida profissional dos convidados, ou seja, assuntos de interesse de um público específico, e não de interesse público. Sendo assim, o programa apresentado por José Quintana Jr. faz com que os convidados conversem mais sobre como iniciaram a carreira musical, quais as dificuldades encontradas ao longo do caminho, quais os projetos do cantor/banda/grupo.

As temáticas, neste caso, têm relação com o próprio convidado, mas não interferem na vida pessoal dele, já que o programa não evidencia a opinião quanto à política, religião, posição social, do entrevistado. O importante, no Studio Cultural, são os assuntos de interesse dos convidados e do público, que, em geral, são apreciadores de música, músicos e profissionais da área.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo elencou aspectos semânticos para entender o contrato de leitura de dois âncoras da TV UNIFRA, a partir das seguintes categorias: Cenário, Identidade e Temáticas. Neste sentido, a pesquisa apontou semelhanças, disparidades e possíveis entrecruzamentos acerca da postura destes atores na cena jornalística. Sendo assim, o simbólico, elaborado a partir de marcas e pistas discursivas percebidas em cada um dos atores, diz respeito às seguintes observações sobre a pesquisa de campo.

Com relação ao cenário, o Contraponto (programa apresentado pelo jornalista Maicon Kroth), possui um recorte em plano americano por quase que toda a apresentação. Ele foca a atenção na figura do jornalista, o que não permite ao telespectador a dispersão do que está em debate. Dessa forma, o Contraponto é, portanto, um programa jornalisticamente mais denso, sem margem para brincadeiras, piadas e descontrações.

Já o Studio Cultural (apresentado pelo jornalista José Quintana Jr.) está organizado em torno de um apresentador, que age como parte integrante do cenário, interagindo com os elementos visuais, os objetos e as pessoas, o que permite mais elementos ao próprio cenário. Em nível de jornalismo, o programa possui um cenário colorido, possibilitando uma conversa em tom coloquial, sem a interpeção aos convidados presentes.

Sobre a identidade, observa-se um antagonismo visível: a figura do apresentador do programa Contraponto é formal, discreta e conduz o programa por meio de uma postura que busca enfati-

zar a seriedade. Dentro dos pressupostos evocados por Levi-Strauss (1989) para definir a figura do “*bricoleur*”, que busca recortar elementos e montar um mosaico de memórias e dados que visam o aprofundamento nos detalhes sobre os assuntos e coisas, pode-se considerar que a figura do âncora neste programa é percebida através dessas práticas de bricolagens sobre as diversas pautas que são tratadas em profundidade, não somente através da exploração das opiniões dos entrevistados, mas também por meio das intervenções embasadas e colocadas de maneira apropriada pelo próprio apresentador, que, por sua vez, busca angariar discussões com certa propriedade no que se refere ao conhecimento prévio e as conexões em torno nos assuntos propostos.

Por outro lado, o âncora do Studio Cultural é despojado, buscando a proximidade com os convidados, exaltando seus gostos musicais e curiosidades sobre a carreira de cada um. Assim, o apresentador do programa adota uma postura baseada na figura do “*flâneur*” elucidado por Benjamin (2009), na medida em que reconhece de forma horizontal os espaços em sua passagem pelo panorama da pauta, disputa de igual para igual gostos com os entrevistados, entrelinhas sobre a música e outros elementos que compõem o programa.

Por fim, provavelmente são as temáticas as determinantes das posturas supracitadas. Enquanto o contraponto abre e aprofunda o leque da pauta, em torno de assuntos ligados à política, economia, sociedade, cultura, dentre outros, o Estúdio Cultural se debruça sobre a leveza dos desdobramentos da música como eixo de pauta, a partir de uma alegria que perfaz a ideia de música em sociedade.

Neste sentido, a pesquisa entende que, a partir da linha editorial de cada programa, dentro de suas temáticas abordadas, não se pode desassociar a identidade do âncora do cenário onde ele se move e se apresenta. Sendo assim, o lugar de fala do âncora está relacionado com o conteúdo de suas informações, tornando o próprio conteúdo determinante dos modos de fazer jornalísticos.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: UFMG, 2009.

CAMPOS, Maria Teresa Cardoso de. Mitos da mídia. **Revista E-com**, Belo Horizonte, v. 2, n. 2, p. 37-42, nov. 2008. Disponível em: <<http://bit.ly/1ezMXjU>>. Acesso em: 14 jul. 2014.

ECO, Umberto. Tevê: a transparência perdida. In: _____. **Viagem na realidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, p. 182-204, 1984.

GERHARDT, Tatiana; SILVEIRA, Denise. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/11Y0IHZ>>. Acesso em: 05 set. 2014.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

LÉVI-STRAUSS, C. A Ciência do Concreto. In: LÉVI-STRAUSS, Claude. **O pensamento selvagem**. Campinas: Papirus, 1989.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

SILVA, Camila P. G. da. Âncora: posturas e evolução de uma atividade jornalística. **Temática**, João Pessoa, v. 6, p. 1-39, 2009. Disponível em: <<http://www.insite.pro.br/2009.html>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

