

# Um olhar prosódico sobre o discurso atitudinal constituinte da construção *ethica* do apresentador de telejornais sensacionalistas

Naaman Mendes Lataliza<sup>1</sup>; Leandra Batista Antunes<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

<sup>2</sup> Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

[naamanmendes@yahoo.com.br](mailto:naamanmendes@yahoo.com.br); [antunes.leandra@yahoo.com.br](mailto:antunes.leandra@yahoo.com.br)

## Resumo

Para que um falante possa expressar sua atividade mental a um ouvinte, enunciar, ele lança mão de diversos recursos (sejam eles linguísticos ou não), entre os quais encontra-se a expressividade. Grande parte dessa expressividade é construída pelos recursos sonoros, que mantêm uma relação intrínseca com a significação. O som, assim, não pode ser desvinculado da construção dos sentidos. Levando-se em consideração essas afirmações, o presente trabalho tem como objetivo apreender o modo como o discurso acarreta um possível *ethos* sensacionalista nos telejornais desse gênero e em como a prosódia, em conjunção com outros elementos, leva à construção desse possível efeito. Para isso, analisamos algumas edições do telejornal *Brasil Urgente*, apresentado pelo jornalista José Luiz Datena, e encontramos uma recorrente imagem construída pelo apresentador: a de *indignação*. Extraímos os enunciados nos quais consideramos haver a expressão de *indignação* e comparamo-los com enunciados neutros expressos pelo mesmo sujeito em outra situação de comunicação. Nossos resultados mostraram que a prosódia teve um importante papel na expressão da *indignação* passada ao público, principalmente nos aspectos relacionados à frequência fundamental.

**Palavras-chave:** sensacionalismo, *ethos*, prosódia.

## 1. Introdução

### 1.1. O telejornal sensacionalista

O gênero jornalístico *sensacionalista* nasceu na mídia impressa e, com as revoluções tecnológicas, adaptou-se aos novos veículos informacionais. Construídos para atingir o público das classes C, D e E [1], os telejornais sensacionalistas se diferenciam dos outros tipos de telejornais por, primeiro, envolverem seu público-alvo por meio de uma linguagem marcada pelas subjetividades do âncora e pela dramatização dos fatos, o que leva o interlocutor a entrar em universo de cumplicidade com os posicionamentos do enunciatador. Além disso, seu conteúdo é constituído, majoritariamente, pelo que Barthes [2] chama de *fait-divers*, a notícia não como informação, mas como um espetáculo para ser observado e suscitar *sensações*. O *fait divers* não remete a nada além de próprio e seu conteúdo não é estranho ao mundo: desastres, assassinatos, raptos, agressões, acidentes, roubos, parricídios, incestos, violência, martírio, etc.; e ele dá àquele que o consome tudo que ele precisa para que possa apreendê-lo em

sua totalidade: suas circunstâncias, suas causas, seu passado. Ele nasce exatamente no ponto em que há uma perturbação da “normalidade” em dado grupo social, um espetáculo, um fato cuja causa não se pode dizer imediatamente. O interessante é que, em virtude de certos estereótipos sociais, espera-se sempre uma causa mais óbvia e, no entanto, o espetáculo é uma decepção: a causalidade é tanto mais notável quando mais decepcionada [2].

Os estudos desse gênero sempre se referem a um *tom* sensacionalista ([1], [15]), o que faz ser interessante buscar compreender esse tom a partir de um ponto de vista prosódico e entender seu engendramento na construção discursiva desse gênero. O estudo dos aspectos prosódicos na comunicação telejornalística não é novo: [3], [4], [5] e [6], por exemplo, já discutiram sobre isso. No entanto, todos estes trabalhos se preocuparam com o telejornalismo tido como “tradicional”, fato que faz com que pouco se saiba sobre o papel dos elementos sonoros suprasegmentais na constituição deste gênero.

### 1.2. Ethos

O *ethos* faz parte da tradição retórica e é uma das provas constantes no discurso propostas por [7]. Há três provas retóricas que são produzidas pelo orador, intrínsecas à organização discursiva: o *ethos*, o *pathos* e o *logos*. O *pathos* diz respeito à disposição afetiva do auditório construída por meio dos recursos linguísticos de que o orador lança mão e que podem causar emoção pela via do contágio. O *logos* compreende toda a estrutura material da linguagem. O *ethos*, por fim, é a *imagem de si* construída pelo orador também por meio do discurso, que faz com que o locutor seja digno de fé ou não.

Pelo fato de não estarmos inseridos no mesmo contexto em que foi produzida a antiga Retórica e de a palavra não estar mais condicionada pelos mesmos dispositivos, o que era antes uma disciplina única reverbera em diferentes disciplinas teóricas e práticas [8]. A noção de *ethos*, por exemplo, foi enquadrada e reformulada nos estudos da Análise do Discurso. Entendido por Aristóteles [7] apenas como a imagem construída pelo orador no momento da enunciação, o *ethos* passou a englobar também, em algumas vertentes da Análise do Discurso, as representações que o auditório já possui do orador antes mesmo do momento de fala/escrita, imagem essa também discursiva. Assim, estabeleceu-se a distinção entre *ethos discursivo* e *ethos prévio* (ou *pré-discursivo*), sendo que somente o primeiro corresponde à noção de [7] (ou seja, é resultado do discurso, não importando a imagem que o público

tenha do orador). Para [9], o *ethos* é construído não apenas pela atividade linguageira, mas também por questões sociais e posições institucionais. Ou seja, as *imagens de si* também se inscrevem numa troca simbólica regulada por mecanismos sociais

O *ethos discursivo*, que é a noção posta em prática aqui, está engendrado pelo *logos* do orador, já que resulta de escolhas feitas entre várias possibilidades linguísticas e estilísticas. O enunciador, assim, torna-se digno de fé por meio de traços de caráter que ele passa para o auditório através da palavra, pela forma de enunciar. É claro que os apresentadores de telejornais são pessoas cujas imagens são diariamente forjadas pela mídia (eles estampam capas de revistas, sites, etc), e que é impossível não se ter um saber prévio sobre a posição social ocupada por eles. No entanto, a discussão aqui é focada na instância de produção como um todo: o ritual compósito que é o telejornal sensacionalista. Assim, consideraremos o *ethos* como o resultado da enunciação do telejornalista.

É interessante pontuar que, assim como o auditório constrói uma imagem do orador, o orador também constrói uma imagem do público com o qual irá lidar. Isso faz com que o trabalho com a noção de *ethos* circunscreva-se no campo da possibilidade, já que, quando o texto se põe a circular no domínio público, o autor perde o controle da imagem que se dispôs a construir, afinal, as imagens projetadas tanto do locutor sobre seu auditório quanto do auditório sobre aquele que toma a palavra podem não corresponder, podendo-se construir a partir daí efeitos diversos. O *ethos*, então, nunca é estático e bem delimitado, ele é dinâmico [8].

Os apresentadores dos telejornais sensacionalistas extraem da notícia a sua carga emotiva e apelativa [1], fazendo com que o telespectador assista ao programa por atração, por sensações. Desse modo, ressaltar seu *ethos* nos leva a entender como eles “encarnam” estereótipos validados para conseguirem atingir o objetivo principal dessa instância comunicativa. Levam-se em consideração, para isso, os dados presentes na materialidade linguística: modalizações, posicionamentos, dêiticos e, o que acreditamos serem os principais, aspectos prosódicos.

### 1.3. Prosódia

Entre as inúmeras funções da prosódia na comunicação, o seu papel na construção dos sentidos é crucial quando se pensa em abordá-la numa conjuntura discursiva. Na interação verbal, constroem-se sentidos, pois a linguagem não serve apenas para recortar o mundo (ou seja, ela não é apenas referencial), ela também cria sentidos. O sentido está voltado para os parceiros da troca e constrói representações, uma vez que não há motivação do elo entre a linguagem e o mundo, não há simetria perfeita entre sentido e referência: sob uma simples frase como um *Bom dia!*, por exemplo, pode haver várias significações implícitas. Para que haja construção de sentidos, Charaudeau [10] afirma que são necessários quatro princípios que estão na base de qualquer ato de comunicação. São eles:

- (1) o princípio da **interação**, que define o ato de comunicação como um fenômeno de troca entre dois parceiros que se encontram em uma relação não simétrica (já que há a troca de turno) e que estão engajados em produzir e interpretar;
- (2) o princípio da **pertinência**, que exige, de um lado, um sujeito que suponha que o locutor tenha uma intenção que dará ao ato de fala sua razão de ser, e,

de outro, que compartilhem certos saberes, valores e regras sobre o mundo;

- (3) o princípio da **influência**, que ressalta que o que motiva a intenção do falante se inscreve em uma finalidade acional que o obrigará a usar de estratégias discursivas para agir sobre o outro;
- (4) o princípio da **regulação**, que permite ao sujeito comunicante colocar em cena certas estratégias de base cujas finalidades consistem em assegurar a continuidade ou a ruptura da troca comunicativa.

Esses quatro princípios constroem o “contrato de comunicação”, o qual liga os parceiros em uma espécie de aliança objetiva que lhes permite co-construir sentido e se legitimar [10]. É interessante pontuar o importante papel que a prosódia exerce nesses princípios, como, por exemplo, no da interação: a mudança de turno que coloca os sujeitos comunicantes numa relação assimétrica pode ser sinalizada por recursos prosódicos. Ilustrando: para que seja atribuído um valor de questão (que demanda uma resposta e, logo, uma troca de turno) a um conteúdo proposicional que não seja constituído por nenhum elemento que marque a interrogação (como pronomes interrogativos), o falante lança mão dos recursos prosódicos: a forte subida da frequência fundamental no final do enunciado caracteriza a frase interrogativa. Mas, se é na expressão dos estados afetivos que a prosódia age por excelência [3], é no princípio da influência, então, que ela exerce seu principal papel.

O princípio da influência diz respeito à intenção do falante: o que o motiva a estar no ato de conversação e o que deve fazer para agir sobre o outro. Sabe-se que o outro, ao entrar no contrato da comunicação, supõe que seu interlocutor tenha uma intenção, um projeto de fala. Assim, aquele que fala cria imagens sobre a recepção de sua influência (aceitação, negação, indiferença) e, a partir disso, usa estratégias discursivas para atingir seu alocutário. É exatamente nesse ponto que a prosódia tem um importante papel: o simples *Bom dia!*, como dito anteriormente, pode conter diversas significações: pode ser dito ironicamente, pode ser dito com raiva, pode ser dito com incerteza, etc., e o que vai conduzir a construção da significação dessa simples frase é a prosódia.

Há, atualmente, vários estudos que comprovam que os aspectos sonoros suprasegmentais são constituintes da construção dos sentidos na interação verbal, já que eles fazem parte das diferentes estratégias discursivas usadas no ato de comunicação e se inscrevem em uma finalidade acional (ou psicológica): [11], [12], [13], [14], etc. Esses, entre vários outros estudos, mostram que a voz tem um importante papel nas interações interpessoais e na comunicação social.

## 2. Métodos

O *corpus* deste trabalho é constituído pelo telejornal *Brasil Urgente*, transmitido pelo canal aberto de televisão Rede Bandeirantes e apresentado pelo jornalista José Luiz Datena (considerado sensacionalista por [15]). Gravamos – com o *software aTube Catcher 2.0* – duas edições completas do programa por meio de uma conexão direta entre a saída de som do televisor e a entrada de som do computador, no formato *wav* e com taxa de amostragem de 22050 Hz. Foi também utilizada uma edição do programa *De Frente com Gabi*, apresentado pela jornalista Marília Gabriela, entrevistando José Luiz Datena, que era transmitido pelo Sistema Brasileiro de Televisão. Extraímos o áudio de uma edição desse programa diretamente do *Youtube*, por meio do

programa *Youtube Video and Audio Downloader*, uma extensão do *Mozilla Firefox*.

De posse do material a ser analisado, partimos para uma análise discursiva e perceptiva. Como nosso propósito era entender como a prosódia ajuda a construir o “tom” sensacionalista, levamos em consideração os marcadores enunciativos e o conteúdo prosódico que constituem o *ethos*, dentro do quadro da análise do discurso, a fim de entendermos melhor como os apresentadores “encarnam” estereótipos validados para conseguir atingir o objetivo principal dessa instância comunicativa. Seleccionamos, perceptivamente, enunciados atitudinais (por entendermos que há intenção de convencimento) mais constantes no programa e que fossem importantes na constituição de um efeito pretendido pelo locutor, para que pudéssemos compará-los com enunciados menos atitudinais, aos quais chamamos de neutros.

Esses enunciados neutros foram retirados da entrevista dada pelo sujeito apresentador no programa *De Frente com Gabi*. Nossa intenção é que tivéssemos em mãos a fala desse enunciativo em outra situação de comunicação, para que pudéssemos comprovar que o discurso atitudinal presente na enunciação do telejornal é uma marca daquele gênero. Estamos lidando, assim, com a relação entre o uso prosódico e a situação de interação, cientes do fato de que são duas cenas discursivas diferentes.

De posse dos enunciados atitudinais e neutros que possibilitaram a construção de sentido requerida para análise discursiva, procedemos à análise acústica (por meio do *software* PRAAT), levando em consideração os aspectos apontados por [11] como importantes na expressão atitudinal:

- os pontos inicial, final, máximo e mínimo, além da tessitura e configuração geral de  $f_0$ , em semitons/100Hz.

- a taxa de articulação (número de sílabas produzido por tempo de articulação, excluindo-se as pausas); a taxa de elocução (número de sílabas produzido por tempo de articulação, incluindo-se as pausas); duração das tônicas; presença, localização e duração das pausas. A taxa de articulação e de elocução é dada em sílabas por segundo, e a duração das tônicas em milissegundos (ms).

- a curva média de intensidade, em dB.

A partir das medições dos valores absolutos dos dados, foram calculados, estatisticamente, as médias e o respectivo desvio padrão. Essas análises estatísticas descritivas possibilitaram apresentar de forma mais organizada os resultados encontrados na análise prosódica.

### 3. Resultados e Discussões

A análise discursiva da enunciação do apresentador, no geral, nos permite fazer algumas considerações sobre possíveis *ethos* desse sujeito jornalista. O primeiro ponto que nos chamou atenção não é exatamente uma novidade: o apresentador constrói uma atmosfera intimista e de proximidade com o telespectador por meio de alguns recursos, como o foco da enunciação no *eu*, o direcionamento aberto a um *tu*, o uso do dêitico *nós* (referente ao apresentador e aos telespectadores), a construção totalmente informal dos enunciados, constituídos por expressões puramente coloquiais, toques de comicidade, entre outros. Isso era esperado, já que essa é uma característica comum nesse gênero telejornalístico. No entanto, foi possível compreender como isso ajuda o apresentador a construir uma possível imagem de si.

Essa atmosfera coloca o apresentador em pé de igualdade com o público alvo de seu programa, constrói uma coesão entre o orador e seu auditório. Por ocupar, no nível do discurso, esse lugar social, o apresentador se coloca no lugar de fala daquelas pessoas que sofrem com os problemas da falta de políticas públicas ou de sua inoperância (temas recorrentes no telejornal) e constrói de si uma imagem de *indignado* com a precariedade dos serviços públicos, como se ele também fizesse parte da classe que realmente precisa desses serviços.

A análise geral dos programas nos permite afirmar que o *modo de dizer* do sujeito jornalista no telejornal sensacionalista desvela uma instância enunciativa que o autoriza a se colocar no universo da notícia e, muitas vezes, até propor uma solução para o problema. Todo esse enunciado é construído de maneira a parecer que o orador sente uma *pena por males imerecidos* [7], o que constitui um caráter de *indignação*. O apresentador procura passar um possível efeito de *indignado* com os males que acometem aqueles que dependem dos serviços públicos, principalmente daqueles relacionados à segurança.

Esse estado de *indignação* constantemente construído pelo apresentador (não só pelo registro mostrado, mas também pelo dito, já que, em muitos momentos, o orador enunciava: *Eu estou indignado*) é muito marcado pela sua maneira de se exprimir. O *tom* dos enunciados nos quais houve a expressão da *indignação*, tinha, perceptivamente, características específicas e recorrentes. Desse modo, extraímos 25 enunciados em que o apresentador mostrou-se *indignado* e os analisamos acusticamente. Com os resultados em mãos, comparamo-los com os resultados da análise acústica de 15 enunciados neutros extraídos do programa de entrevista.

Em relação à frequência fundamental, encontramos os seguintes resultados:

Tabela 1: Médias de  $f_0$  na expressão da *indignação* e na expressão neutra.

	Indignação	Neutra
<b><math>f_0</math> inicial</b>	12,4	6,2
<b><math>f_0</math> final</b>	3,8	1,0
<b><math>f_0</math> máxima</b>	16,2	7,5
<b><math>f_0</math> mínima</b>	3,2	0,5
<b><math>f_0</math> média</b>	9,4	2,7
<b>tessitura</b>	12,9	6,9

Os resultados da análise do comportamento global da frequência fundamental (Tabela 1) nos permitem afirmar que, na expressão da *indignação*, o locutor fez uso de registros mais altos de frequência. É muito interessante pontuar que os valores máximos de frequência nos enunciados em que houve a expressão da *indignação* foram encontrados, muitas vezes, em palavras “negativas”, como *morto*, *esfaqueado*, *violento*.

A intensidade foi outro aspecto que se mostrou significativo na expressão da *indignação*. Como pode ser visto (Gráfico 1), encontramos valores bem mais altos de intensidade na expressão atitudinal que na neutra:

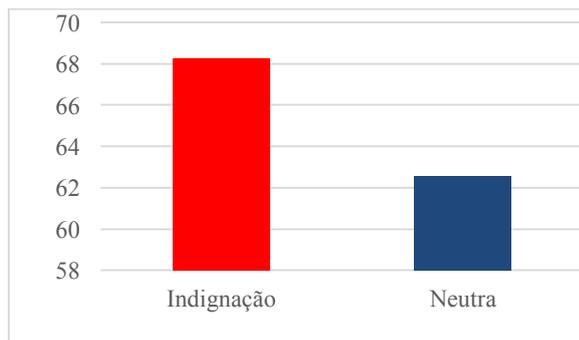


Gráfico 1: Média de intensidade (em dB) na expressão da indignação e na expressão neutra.

A taxa de articulação foi mais alta nos enunciados neutros (Tabela 2). Foi possível perceber, durante a análise perceptiva, uma maior silabação nos enunciados em que houve a expressão da indignação (*Ele-é-rou-ba-do, mor-to.*). Não houve pausas nos enunciados, nem nos neutros nem nos atitudinais; desse modo, não trabalhamos com a taxa de elocução.

Tabela 2: médias das taxas de articulação na expressão da indignação e na expressão neutra.

Taxa de Articulação (sí/s)	
Indignação	5,8
Neutra	7,6

A média das tônicas, como esperado, foi mais alta nos enunciados atitudinais (96 ms) que nos neutros (678 ms). É válido notar que, muitas vezes, as tônicas recebiam uma duração mais expressiva também nas palavras “negativas”.

Com esses resultados, é possível inferir que a prosódia tem um importante papel na expressão da indignação e, portanto, tem um importante papel quando se pensa na construção *ethica*. Os aspectos prosódicos se relacionam com as diferentes escolhas estilísticas e lexicais e auxiliam na construção dos efeitos pretendidos pelo locutor.

#### 4. Conclusão

O presente estudo teve como objetivo procurar ressaltar o *ethos* do sujeito apresentador de telejornais sensacionalistas levando em consideração não só os elementos enunciativos exaustivamente abordados nos estudos das *imagens de si* (como os elementos dêiticos, as modalizações, os posicionamentos, etc.) mas também (e principalmente) os aspectos prosódicos. Para isso, utilizamos o telejornal *Brasil Urgente*, apresentado pelo jornalista José Luiz Datena.

O modo de enunciar do sujeito apresentador desse programa nos levou a perceber um caráter de *indignação*. O programa é majoritariamente constituído por notícias de inoperância dos serviços públicos, principalmente daqueles relacionados à segurança; e o apresentador, ao comentar as notícias, constrói um estado de *indignação* por meio de registros *ditos e mostrados discursivamente*.

Esse efeito de indignação foi marcado, prosodicamente, por valores altos de frequência fundamental, um parâmetro

que se mostrou bastante expressivo nessa atitude em todos os níveis, se comparado com enunciados neutros: frequência inicial, final, máxima, média e mínima. Outro traço que se mostrou importante na expressão da indignação foi a intensidade, que apresentou um valor significativamente maior que os dos enunciados neutros. A fala atitudinal foi mais silabada que a fala neutra, e as tônicas, por fim, foram também significativamente mais longas na expressão atitudinal.

Todos esses aspectos prosódicos encontrados na expressão atitudinal estiveram intimamente ligados à percepção do efeito de *indignação* construído pelo sujeito apresentador, o que pode apontar para o fato de que a prova pelo *ethos* mobiliza não só a escolha lexical e argumentativa, mas também os aspectos sonoros suprasegmentais. O tom dos enunciados, em conjunção com outros elementos, conferiu ao sujeito apresentador o possível efeito que ele desejou passar aos telespectadores.

O fato de termos encontrado alguns valores mais expressivos de alguns parâmetros prosódicos em certos tipos de itens lexicais (maiores valores de  $f_0$  e maior duração das tônicas em palavras “negativas”: *As mulheres são violentadas*) pode apontar para um possível padrão de expressão atitudinal da *indignação*, mas são necessários mais estudos com um número mais expressivo de dados para que se possa pensar nesse padrão.

É válido pontuar que há limitações neste trabalho que impossibilitam generalizações quanto ao gênero telejornalístico sensacionalista e o *ethos* de seus apresentadores. Apenas um telejornal foi analisado, o que não nos permite afirmar que as mesmas características aparecerão na construção de outros telejornais sensacionalistas. São necessários outros estudos com outros telejornais do mesmo gênero para verificar se há uma coincidência entre as imagens construídas pelos seus âncoras e os recursos que auxiliam na construção dessa imagem. Por fim, é necessário enfatizar que a análise do *ethos* é feita a partir de *efeitos possíveis*, que dependem do auditório, do contexto no qual eles se encontram e de todos os aspectos sócio-histórico-culturais que envolvem as instâncias de recepção.

#### 5. Referências

- [1] M. F. Amaral. “Jornalismo Popular”. São Paulo: Contexto, 2011.
- [2] R. Barthes “*Essais critiques*”. Paris: Seuil, 1964, disponível em <http://www.eca.usp.br/jorlingrad/estrutura%20barthes.doc>
- [3] C. Reis. A Prosódia e o telejornalismo. In: Gama, A. C. C.; Kyrillos, L. FeijóD. (Org.). “Fonoaudiologia e telejornalismo”. Rio de Janeiro: Revinter, 2005, v. 1, p. 1-18.
- [4] R. Batista. “A ênfase na locução do repórter de telejornal”. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2007.
- [5] I. Nascimento. “Oranização temporal na locução do telejornalista”. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2008.
- [6] M. Borges. “Estudo prosódico da emissão do repórter na simulação de dois contextos da reportagem: a passagem e o off”. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2008.
- [7] Aristóteles. “Retórica”. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1998.
- [8] D. Maingueneau. “A noção de *ethos* discursivo”. In A. R. Motta, L. Salgado. “Ethos discursivo”. São Paulo: Contexto, 2008.
- [9] R. Amossy. “O *ethos* na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos”. In: R. Amossy (org.).

“Imagens de Si no Discurso: a construção do ethos”. São Paulo: Contexto, 2008. p. 119-144.

- [10] P. Charaudeau. “Uma teoria dos sujeitos da linguagem”. In: G.M.P. Lara, I.L. Machado, W. Emediato (org.). “Análise do discurso hoje”. V.1. Rio de Janeiro: Nova Fronteira (Lucerna), 2008, p.11-30.
- [11] L.B. Antunes. “O papel da prosódia na expressão de atitudes do locutor em questões”. Belo Horizonte: UFMG, 2007.
- [12] J. Silva. “Análise dos aspectos prosódicos na expressão da certeza e da dúvida no português brasileiro”. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2008.
- [13] L.B. Antunes, V. Aubergé, Y. Sasa. “Certainty and uncertainty in Brazilian Portuguese: methodology of spontaneous corpus collection and data analysis”. Proceedings of 7<sup>th</sup> Speech Prosody. Dublin, 2014.
- [14] W.A.C. Ferreira. “Construção prosódica e discursiva da ironia em fala espontânea e fala atuada”. Ouro Preto: UFOP, 2015.
- [15] J.C. Patias. “O espetáculo no telejornal sensacionalista”. In: C.M.P. Coelho, V.J. Castro. “Comunicação e sociedade do espetáculo”. São Paulo: Paulus, 2006.