



Entre o genial e o comum: a fachada pessoal da celebridade jornalística e suas especificidades na esfera midiática¹

Marta Regina MAIA²

Thales Vilela LELO³

Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG

Resumo

As celebridades moldam-se no atributo da aura de criar "distância na proximidade". Destarte, ao mesmo tempo em que geram um vínculo invisível de contato, podem conservar suas referências biográficas à distância da platéia e cultivar sua marca de genialidade oposta à trivialidade cotidiana. Numa época onde os meios de comunicação oferecem, com a virtualização do corpo na tela física, a intensificação desta marca pessoal, "ser e estar" visível é primordial na composição da aura. No jornalismo, este aspecto também é paradigmático, e o propósito deste trabalho será analisar o caso da "gafe" proferida pelo "jornalista-celebridade" Boris Casoy no Jornal da Band do dia 31 de dezembro de 2009, e seus desdobramentos para sua identidade pessoal de celebridade e para a empresa da qual ele é mediador simbólico.

Palavras-chave

Celebridade; jornalismo; Boris Casoy; representação.

Introdução

A reconfiguração social deste início de século mostra a marca indelével da pluralidade, na acepção teórica, mas também como modo constituinte das expressões dos indivíduos, a partir da esfera coletiva e ainda em sua individualidade. Pensar este quadro engendrado pelas forças sociais, culturais, políticas e econômicas é, destarte, considerar a noção de mediação, e, no caso deste trabalho, singularizada nos meios de comunicação, aqui pensada não só como veículo, mas como espaços de construção de idéias, valores e de negociações (SOUSA, 1995).

Admitida a centralidade da mídia na construção da vida cotidiana, faz-se necessário pensar o papel que a televisão engendra neste contexto. Sendo reconhecida

¹ Trabalho apresentado no DT 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

² Professora Adjunta do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFOP, doutora em Ciências da Comunicação – Jornalismo pela ECA/USP. E-mail: marta@martamaia.pro.br

³ Bolsista de Iniciação Científica do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFOP. E-mail: thales.lelo@hotmail.com



como um dos pilares do espaço público, ela convida a todos ao reconhecimento de seu show imagético, convida ainda ao entretenimento, que antes, circunscrito aos programas dominicais, sensacionalistas e de lazer, hoje também invade a seara jornalística.

Nesse sentido, este trabalho articula este fazer jornalístico, focado no telejornalismo, utilizando algumas categorias de Erving Goffman (2009) que tratam da questão da representação do eu na vida cotidiana e que auxiliam a dimensionar como ocorre o processo de produção da informação, no recorte específico deste trabalho, centrado na figura da celebridade jornalística, cuja “autoridade” é conferida pelo sentido metafísico atribuído pela sociedade de uma maneira geral.

Se a noção de dramatização perpassa a cena cotidiana (GOFFMAN, 2009), na televisão assiste-se a um processo de amplificação desta representação, como mostra Pierre Bourdieu: “A televisão convida à *dramatização*, no duplo sentido: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o caráter dramático, trágico”. (1997, p. 25)

Tendo como referência a noção de dramatização na construção do sujeito, mesmo com as imprecisões que este modelo apresenta, buscar-se-a discutir como isso ocorre na contemporaneidade na construção do “jornalista-celebridade”.

Premissas metodológicas

Este trabalho não toma como primordial ou hegemônica nenhuma definição social que delimite o campo de atuação dos sujeitos que nela residem em comportamentos padronizáveis ou dóceis. Este esclarecimento é essencial por motivos referentes ao arcabouço teórico desta análise, e serão pormenorizados ainda que possam deslocar um pouco a proposta-base do texto.

Michel de Certeau (2000), ao traçar um panorama sobre as generalidades teóricas em diversos estudos, irá alertar para o risco que corre o pesquisador ao falar sobre uma realidade que não é sua a partir de um lugar próprio. Impondo de início os limites inerentes a própria produção escrita na “transcrição” do real, Certeau é categórico ao propor que a filosofia abandone seus discursos próprios - que muito mais dizem sobre suas convicções do que sobre o lugar da análise – para se voltar para o fazer cotidiano e a linguagem ordinária. Essas asserções também podem ser constatadas em Pedro Demo, que, ao falar da complexidade humana de fundo insondável, verifica: “como parte da realidade estudada, não só, no fundo, nos estudamos a nós mesmos,



como, sobretudo a vemos como parte, parcialmente. Não é possível sair da pele para nos vermos de cima, como faria um Deus, por exemplo” (2005, p. 43).

Outra contribuição importante da obra de Certeau refere-se aos seus conceitos de “lugar”, “espaço” e “táticas”. Ainda que o autor considere a existência de lugares controlados em determinadas instâncias sociais e com determinadas regras (ou restrições para uso), ele alega que, no fazer cotidiano, táticas são empregadas em espaços com o fim de se acomodar neste lugar. Ou seja, utilizando uma alegoria do próprio Certeau relembra por Fábio Josgrilberg, - e que embora dirigida para a questão linguística, é relevante também para os propósitos deste estudo - “o transeunte (...) caminha dentro da cidade planejada por um arquiteto determinando uma outra espacialidade, diferente daquela imaginada no projeto urbanístico” (JOSGRILBERG, 2005, p. 79). Desta forma, “espaços”, “lugares” e “táticas” não devem ser pensados isoladamente, mas sim em equilíbrio homeostático.

Balizadas as dimensões incompreensíveis da realidade cotidiana, e considerando as fundamentações teóricas em suas limitações intrínsecas, é possível ponderar sobre o objeto de estudo com um olhar menos totalizante, sem a suposta tentativa de “dar conta do real” ou mesmo “ter um olhar despretenso e neutro”. Já o papel do fazer cotidiano em se apropriar de lugares instituídos possibilitando uma multiplicidade de interações sociais vai ao encontro dos pressupostos deste trabalho, limando os modelos teóricos da capacidade de calcular as reações dos sujeitos nos contatos com os lugares instituídos. Nesta esfera, termos taxativos como “passividade”, “manipulação” ou mesmo “controle de sentidos” ou “restrição de leituras”, são inapropriados a órbita de análise.

Contudo, a figura do lugar instituído ainda pode ser sugestiva, embora já não possua sua silhueta hipertrofiada. Para afrouxar ainda mais as amarras conceituais que delimitam obsessivamente o campo de atuação dos sujeitos em sua relação com o meio, serão empregadas três justificativas de ordem teórica.

A primeira delas alude a uma “linearização” e a um encadeamento excessivo que pode ser desencadeado numa descrição de modelos sociais estanques e sequenciais. Como Pedro Demo bem lembra, “a realidade que queremos entender é tão complexa que foge a todas as padronizações usuais” (2005, p. 44), e, assim adotando novamente o prisma argumentativo de Certeau (2000, p. 358) em suas considerações sobre o ordinário de uma cultura, observa-se que há práticas cotidianas agindo produtivamente sobre códigos de referências particulares, mas sob interesses pessoais. Nesta dialética, este tipo de cultura se distancia de uma suposta “cultura de massa”, já que é formada



por uma pluralidade de códigos, referências e interesses, em detrimento da suposta simplificação que esquemas de massificação pressupõem em benefício de uma difusão acentuada. Nessa multiplicidade de intercâmbios sociais, ainda que haja um esquema detentor de poder simbólico com vistas à monopolização cultural⁴, sua intervenção é só uma possibilidade dentre as muitas em atividade na construção social da realidade.

A segunda justificativa, decorrente da primeira, se concentra num distanciamento de laivos apocalípticos ou utópicos, que podem descarregar um arsenal de mitos atinentes aos conjuntos sociais. Em uma interessante abordagem sobre os programas de *reality-show*, Cosette Castro irá introduzir o assunto numa reflexão sobre os temores e aversões que acompanharam o surgimento de novos meios de comunicação, partindo da escrita até as tecnologias da atualidade. No tocante a televisão, a título de exemplo, a autora irá afirmar que apesar de ter conquistado público,

os produtos televisivos não conseguiram conquistar a comunidade intelectual e tampouco o *status* de objeto científico para produtos que representam diferentes culturas, particularmente os que se aproximam das chamadas culturas populares, considerados grotescos por vários autores, especialmente se comparados aos produtos televisivos relacionados à alta cultura, como obras de tele-teatro, espetáculos de música clássica ou de balé, ópera, etc (2006, p. 9)

A discussão apresentada por Castro em muito se alinha a crítica arrojada de um ensaio de Theodor Adorno (2009) destinado aos chamados críticos da cultura, que em muito se incomodavam com aquilo que não se coadunava com os conteúdos correspondentes à esfera dominante⁵. Assim, o autor é enfático ao dizer que as prerrogativas da informação e da posição permitem a estes críticos expressarem sua opinião como se estivesse envolta em cientificidade objetiva. Para ele, essa posição é “unicamente a objetividade do espírito dominante. Os críticos da cultura ajudam a tecer o véu” (2009, p. 79).

Ainda que o espaço circunscrito neste trabalho não possibilite refletir mais cuidadosamente tanto sobre estas perspectivas apocalípticas brevemente levantadas ou mesmo sobre autores que vêm estes novos contextos como apoteoses da existência

⁴ A referência direta aqui é a estrutura de televisão desenhada por Muniz Sodré (1984: 2001). Em suas articulações, o *medium* televisivo é responsável pela monopolização das identificações culturais, numa espécie de centralização panóptica onde sua autonomia impõe os sentidos para a audiência (num artifício que ele chama de individualização familiarizada).

⁵ Ainda que exista este alinhamento entre a posição teórica destes dois autores, não cabe aqui ver ambos como afinados em uma mesma linha argumentativa com bases epistemológicas semelhantes.



humana⁶, o importante é ressaltar que a posição defendida aqui é afinada ao olhar de Jurandir Freire Costa (2005). O autor irá investir em uma postura que ele considera de “perplexidade”, tratando o substrato da tradição sobre os cânones do tempo e da mudança, com reinvenção e incorporação de novos estilos de vida e visões de mundo permanentemente. De todo modo, “desafios culturais inéditos” não deverão ser avaliados em termos qualitativos, já que a re-naturalização das condutas sociais não tende a descartar antigos valores, e sim os re-traduzir.

Já a última razão para se pensar nas influências mútuas entre sujeitos e lugares instituídos, traz à baila a noção de “errância” emersa no trabalho de Michel Maffesoli (2001) como propulsora de quaisquer organizações sociais. O autor reflete que os aparelhos institucionais funcionam numa normatização e vigilância constantes a fim de que suas leis não sejam transgredidas e seus limites se mantenham intransponíveis. Porém, como toda criação de origem humana, pode soar perfectível, mas não é perfeita. Rachaduras neste edifício de domesticação condizem na impossibilidade de fixação de expectativas fundamentadas por outros seres humanos, já que o desejo por aquilo que não foi institucionalizado e a própria remodelação das estruturas é forçada pela “errância” desta incompreensível “natureza humana”. A “errância” não é então aquilo que unicamente se desvia da norma, mas aquilo que possibilita seus redimensionamentos, a “sombra” de sujeitos que adotam incontáveis táticas na interação com os espaços próprios.

Feitas as devidas considerações acerca dos pressupostos teóricos chave, e relativizando quaisquer bases argumentativas como simples possibilidades para análise, o desenvolvimento deste trabalho recorrerá a vários conceitos provindos de autores que já se debruçaram sobre as questões que serão assinaladas, ainda que não estejam estritamente alinhados com as conjecturas aqui apresentadas.

A identidade pessoal da celebridade

Para que um sujeito atinja a categoria de célebre - digno de idolatria e reconhecimento - há uma infinidade notável de possibilidades configuráveis (ainda que estas sejam limitadas a um conjunto relativamente pequeno de indivíduos). Porém, apesar dessa amplitude de probabilidades, uma categoria é consideravelmente presente no imaginário desta camada: a coloração da aura.

⁶ Só pra citar alguns, vale conferir as obras de Lúcia Maciel Barbosa (2007) e Gilles Lipovetsky (1997).



Jurandir Freire Costa (2005), logo na introdução de seu livro, irá retomar Walter Benjamin para fazer a seguinte asserção: “A aura é o aparecimento de uma distância, por mais próximo que esteja daquilo que a suscita” (BENJAMIN apud COSTA, 2005, p. 11). Trazendo esta definição para o dinamismo das relações sociais, uma trama analítica mais consistente pode ser conduzida principalmente através dos estudos de Erving Goffman (2009) em sua vertente micro sociológica. Através de noções como a de fachada pessoal, que compreende a conduta desempenhada por determinado ator social em uma representação visando atingir coincidência entre suas intenções e às da platéia e comportamento de bastidores, papel desempenhado pelo mesmo ator em uma situação em que o permite maior relaxamento e menor preocupação na consolidação de sua projeção, abrangendo facetas não exploradas em atuações menos flexíveis, o autor adentrará nos interesses deste trabalho ao ponderar sobre a capacidade de um ator de regular a informação adquirida por uma platéia (ou, em outros termos, manter sua fachada pessoal). Embora o enfoque deste item seja para a ritualística da nobreza e de membros de alto escalão do governo, estender a interpretação para as celebridades despontadas no palco midiático não seria alargar as proposições de Goffman para além dos limites, já que, pensando de forma mais generalista, se entende que

a platéia percebe mistérios e poderes secretos por trás da representação e o ator sente que seus principais segredos são insignificantes. Como demonstra um sem-número de contos populares e de ritos de iniciação, frequentemente o verdadeiro segredo por trás do mistério é que realmente não há mistério. O problema real consiste em evitar que o público também aprenda isso (GOFFMAN, 2009, p. 70).

Este distanciamento também irá despontar – e ser reforçado - na via de mão única dos contatos entre fãs e ídolos. Como bem supõe Alex Primo (2009), “ao mesmo tempo que utiliza-se de uma linguagem de intimidade, através dos fãs parecem realmente conhecer seus ídolos, a interação raramente ultrapassa a relação parassocial” (2009, p. 4). Dois pontos tonificam esta impossibilidade de um contato de mão dupla entre as duas categorias: o tamanho da audiência (ou platéia) que se interessa pela vida de um célebre e, em contraste, a incapacidade deste de dar atenção recíproca. Porém, se a fama tem realmente um papel dinamizador nas conversações sociais por ser um discurso que participa de um suposto significado que se tem da vida social (REDMOND apud *idem*, p. 4), é possível dizer que com o tempo determinado fã pode realmente ter a sensação de intimidade com seu ídolo, ainda que ele possa ou não ter conhecimento



deste fato, já que “as pessoas que o conhecem, por sua vez, podem saber ou não que o indivíduo conhece ou ignora tal fato” (GOFFMAN, 1988, p. 77).

Foi dito que a intimidade com os idolatrados esbarra nos mistérios ocultos de sua representação comumente bem-sucedida para um público amplo. A imagem recorrente deste ator pode ser concretizada como uma identidade pessoal solidificada através de um retrospecto biográfico e reconhecida cognitivamente por indivíduos que irão “colocar” em um desconhecido às vestes desta identidade pessoal particular (GOFFMAN, 1988, p. 78). Destarte, se conclui que comumente, para consolidar – e robustecer – determinada aparência, por exemplo, será necessário tecer uma linha biográfica passível de reconstrução, onde as expectativas futuras que se tem de determinado sujeito são parcialmente limitadas por sua história individual já traçada. No caso de figuras públicas, os fatos assimiláveis a sua biografia pessoal como dignos de atenção podem ser cada vez mais numerosos, causando muitas vezes aborrecimento e ampliação do afastamento deste com seu público para locais onde sinta que possa “ser ele mesmo”, admitindo uma conduta que não esteja restringida às habituais limitações identitárias (*idem*, p. 80).

Este incômodo surge em decorrência das vias midiáticas, onde o nome de uma celebridade pode carregar uma legião de seguidores, imitadores, adutores detratores e comentadores. Para desempenhar um papel passível de credibilidade neste regime de total visibilidade, os famosos podem também se sentir obrigados a estar sempre exercendo seus papéis midiáticos, já que suas carreiras existem primordialmente através das representações da mídia (REDMOND apud PRIMO, 2009, p. 5).

Além disso, como assegura Malena Segura Contrera (2002) ao falar da virtualização do corpo possibilitada especialmente em meios audiovisuais, o véu de aura que encobre um sujeito pode ser diretamente ligado a sua capacidade (e necessidade) de se projetar nestes meios. Assim, nas constatações de Pierre Bourdieu (1997) sobre programas de entrevista, a figura do apresentador aparece como mediador ao mesmo tempo em que detém poder simbólico por sua capacidade de “ver e ser visto”. Mas, além deste papel, sua figura representa ideais institucionais ou dramaticamente dominantes em um cenário específico e aparentemente controlado (GOFFMAN, 2009, p. 96). Seus posicionamentos em geral não devem contradizer agressivamente os da empresa a qual representa (a não ser que tenha sido designado para isso, como no caso dos *ombudsman*), e que detém realmente o poder diretivo da organização. Sua autoridade então estará limitada aos contornos do cenário em que atua ou no máximo



em locais onde sua posição simbólica possa ser empregada (pensando no caso de programas de variedade ou jornalísticos onde se realizam entrevistas em ambientes externos).

Boris Casoy e a “intromissão inoportuna”

Ao se apresentar um exemplo concreto na seara jornalística, espera-se mais a discussão sobre o lugar de fala de um jornalista “famoso” do que a discussão sobre o conteúdo de uma fato sobejamente conhecido⁷. A questão que se coloca refere-se ao espaço simbólico ocupado por um profissional do meio televisivo, veículo cuja audiência é notória. Caso como esse que envolveu o jornalista Boris Casoy não é o primeiro e nem será o último na história da televisão⁸.

O campo jornalístico foi sendo configurado a partir de uma relativa autonomia relacionada à especialização profissional. Nelson Traquina afirma que “ser jornalista implica a partilha de um *ethos* que tem sido afirmado há mais de 150 anos” (2005, p. 130) seja por intermédio da crença em uma série de valores, seja por um discurso que tenta mostrar o papel deste profissional como um “guardião” da sociedade.

Os avanços tecnológicos, entretanto, instauram novas formas do fazer ou do aparecer jornalístico em que a figura do jornalista profissional é reposicionada pelo surgimento dos comunicadores amadores, haja vista o surgimento de inúmeros espaços, seja na mídia convencional, seja nas mídias colaborativas, que contribuem para o deslocamento do papel tradicional deste profissional.

Esta nova configuração, entretanto, não apaga as marcas celebrativas que chancelam a carreira de muitos profissionais. Um telejornal, por exemplo, necessita de um apresentador que possa atuar como mediador-crível para uma grande parcela da população ou até mesmo para a chamada “grande massa”. Estabelece-se uma espécie de cumplicidade, cuja relação identitária passa pela questão autoral mais do que pelo tipo de notícia a ser veiculada. Alguns nomes que permanecem no imaginário popular

⁷ No dia 1º de janeiro de 2010, o apresentador do telejornal da Band, Boris Casoy, teve seu áudio “vazado”, após matéria que mostrava dois garis desejando votos de feliz ano novo para a população. Seu comentário: “que merda... dois lixeiros desejando felicidades do alto da suas vassouras... [risos] dois lixeiros... o mais baixo da escala do trabalho”. A frase é interrompida por gritos de “deu pau, deu pau...”

⁸ Vale lembrar que em maio de 1998, durante a exibição de uma reportagem sobre o Ballet Kirov, no programa “Fantástico”, a emissora transmitiu uma voz em “off” (ao fundo) que fez o seguinte comentário: “Isso é coisa de viado”. A voz foi atribuída ao apresentador Pedro Bial, que não sabia que estava no ar.



recebem uma espécie de selo, cujo reconhecimento autoral mimetiza o próprio reconhecimento social⁹.

Estas celebridades do mundo jornalístico acabam por se tornar mercadorias, cuja exposição é amparada pelo próprio aparato midiático e conseguem atender a uma demanda coletiva de expressão. Como argumenta Paula Sibilia: “se convertem em marcas registradas, tornam-se grifes (...) transmutam-se naquilo que se deu em chamar celebridades: pura personalidade visível, em exposição e à venda nos mostruários da mídia” (2008, p. 230).

Uma das questões da representação, portanto, do apresentador dos telejornais, amparando-se na discussão sobre os papéis discrepantes de Erving Goffman (2009), refere-se ao controle das informações que podem ser conhecidas pelo grande público. O caso do casal de apresentadores do Jornal Nacional, por exemplo, é emblemático, pois além de aparecerem como sinônimos de seriedade e credibilidade que circundam o fazer jornalístico convencional, agora ampliam este conceito ao “estilo de vida glamourizado que ocupa *fora do estúdio e da tela da TV*” (MACHADO e HAGEN, 2004, p. 67).

Erving Goffman (2007) alerta que a revelação de segredos pode comprometer a representação social. No caso do jornalismo e, mais especificamente, do telejornalismo, é notório o fato de que a introdução do âncora no final da década de 80¹⁰ mostra que o jornalismo televisivo, antes amparado nos limites do convencional, em que o apresentador “transmitia” as informações de maneira austera, sem qualquer interferência, evidencia uma alteração que propicia o surgimento de uma relação de identificação mais próxima do espectador e do apresentador. É notório o jargão “Isto é uma vergonha”, criado pelo apresentador e âncora Boris Casoy. O que antes poderia ficar no plano dos bastidores, agora também passa a entrar em cena.

Acontece que estes segredos, quando incorporados ao sistema social de representação não adquirem nenhum perigo ao *status quo*, entretanto quando aparecem fora deste contexto, como no caso de Boris Casoy, representam um rompimento aos valores consensualmente aceitos. Há então um cuidado para evitar que certas informações de bastidores entrem em cena (GOFFMAN, 2009).

⁹ Um exemplo instigante é a adesão de William Bonner ao Twitter, pois em pouco tempo ele conseguiu atrair uma multidão de seguidores, chegando a ganhar o Oscar do Twitter.

¹⁰ Sebastião Squirra (1993) afirma que Carlos Monforte teria sido o primeiro âncora, entretanto Boris Casoy, com sua investidura dramática, com movimentações não-verbais diante das câmeras e com um certo “abuso” opinativo acabou tornando-se um modelo paradigmático.



A atividade de alguns profissionais de televisão, que têm a pretensão de alcançar sucesso na sociedade com sua capacidade interpretativa, pode ser prejudicada por situações constrangedoras como o ingresso da plateia no palco, ocasionando o que Erving Goffman chama de “intromissões inoportunas” (2009, p. 192). Isso pode ocorrer quando algum membro da equipe deixa escapar alguma informação que incompatibiliza a impressão que aquele papel social deve imprimir na tessitura social. Provavelmente, no caso específico do “vazamento” do áudio, pode-se dizer que este não foi gerado a partir da intenção deliberada de um membro da equipe, visto que o problema foi técnico, entretanto a situação acidental assemelha-se a entrada da plateia nos bastidores de um telejornal na medida em que o pacto da representação social foi rompido.

Na produção de um telejornal, outro ponto chave na manutenção da representação por parte da equipe de produção diz respeito às características do cenário. Este local serve para estender as aparências mantidas pelos atores em encenação e para ocultar e controlar as informações de bastidores que poderiam desacreditar um papel em determinada atuação. No que diz respeito ao primeiro ponto levantado, pode-se considerar que o palco onde determinado ator se projeta para um público conserva as características do alinhamento pretendido por ele. Na região limitada onde ocorre a encenação,

a impressão e a compreensão criadas (...) tenderão a saturar a região e a duração do tempo de modo que qualquer indivíduo colocado nesta multiplicidade espaço-temporal estará em condições de observar a representação e ser guiado pela definição da situação que a encenação alimenta (GOFFMAN, 2009, p. 101).

Já a região de fundo em um programa jornalístico veiculado em meios televisivos, por exemplo, “costuma ser definida como formada por todos os lugares que a câmera não focaliza no momento, ou por todos os lugares fora do alcance dos microfones ‘ligados’ ”(GOFFMAN, 2009, p. 112). Assim, a dificuldade em controlar esta região de bastidores deriva então não só das próprias características dos atores, mas também do cenário onde estão encenando. O foco de atenção visual por parte da platéia pode ser desviado se um ator não conseguir vestir determinado personagem a tempo para sua atuação em uma região onde o público possa observá-lo, e o cenário pode ser traiçoeiro e colaborar (ainda que por descuido) no ato de desmascarar a imagem ostentada em uma fachada pessoal. O caso da gafe do âncora Boris Casoy pode ser observado sob a égide destas lentes teóricas, e a afirmação por parte da equipe de áudio, “deu pau, deu pau”, corrobora com o desalinhamento escancarado pela falha deste



cenário em ocultar os momentos de bastidor do telejornal (e principalmente o comportamento de fundo do jornalista).

Considerações finais

O papel de mediador dos interesses organizacionais de uma empresa jornalística - simbolicamente representados na figura de um âncora ou grupo de apresentadores de um programa particular - só pode ser mantido se esta figura puder assumir uma fachada pessoal que seja convincente às expectativas de credibilidade por parte do público para o qual ela representa. Mas no caso das chamadas celebridades audiovisuais, o selo estampado nos semblantes das mesmas também deve estar afinado a sua aura cultivada nesta atmosfera. Sua capacidade de projeção estará atrelada a estas duas correntes, de um lado sua fachada célebre já assimilada e cultuada, e de outro a consonância com as posturas ideológicas da empresa onde sua imagem é um símbolo de crédito.

Se no caso da gafe proferida por Boris Casoy temos uma falha de cenário que desacredita em primeira instância seu *status quo* virtualizado nos meios de comunicação e assimilado pelo público, a imagem da corporação onde este ator expõe estas incongruências também é prejudicada, em uma reação em cadeia. Para que esta não perca sua autoridade simbólica conquistada no campo das redes de TV comercial abertas, e considerando a hierarquia de legitimidades onde o jornalista tem uma posição de dominância somente em seu espaço de atuação, a parte da balança que deve ser sacrificada em prol da manutenção da “política da empresa” pregada pela equipe dirigente é a do próprio âncora.

Sob este prisma epistemológico, é imperativo notar o argumento usado por Boris Casoy no dia seguinte (01/01/2010) no mesmo telejornal, que culpabiliza moralmente sua opinião ao mesmo tempo em que a dissocia das posições ideológicas da empresa: “Ontem, durante o intervalo do 'Jornal da Band', em um vazamento de áudio, eu disse uma frase infeliz, que ofendeu os garis. Por isso, quero pedir profundas desculpas aos garis e aos telespectadores do 'Jornal da Band' ”.

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor. “Crítica cultural e sociedade”. In: **Indústria cultural e sociedade**. Traduzido por Augustin Wernet e Jorge Mattos Brito de Almeida. 5ª Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.



BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Traduzido por Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

CASTRO, Cosette. **Por que os reality shows conquistam audiências?** São Paulo: Paulus, 2006.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano: artes de fazer**. Traduzido por Ephraim Ferreira Alves. 5ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

CONTRERA, Malena S. **Mídia e Pânico - Saturação da Informação, Violência e Crise Cultural na Mídia**. 1ª. ed. São Paulo: Annablume / FAPESP, 2002.

COSTA, Jurandir F. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

DEMO, Pedro. **Auto-ajuda: Uma sociologia da ingenuidade como condição humana**. Petrópolis: Vozes, 2005.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do eu na vida cotidiana**. Traduzido por Maria Célia Santos Raposo. 17 ed. Petrópoli: Vozes, 2009.

_____. **Estigma: Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. Traduzido por Márcia Bandeira de Mello Leite Nunes. 4ª Ed. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

JOSGRILBERG, Fábio B. **Cotidiano e invenção: Os espaços de Michel de Certeau**. São Paulo: Escrituras, 2005.

MACHADO, Marcia e HAGEN, Sean. **A Glamourosa Vida de uma Estrela do Jornalismo: como as revistas femininas representam a diva Fátima Bernardes**. In Revista Em Questão, v. 10, nº 1, p. 63-79, jan./jun. 2004. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/revistaemquestao/article/view/3650>. Acesso em 22 fev 2010.

MAFFESOLI, Michel. **Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas**. Traduzido por Marcos de Castro. Rio de Janeiro: Record, 2001.

PINTO, Ivonete. **A dramatização no telejornalismo**. In Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 7, novembro 1997. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/2991/2273>. Acesso em: 10 nov 2009.

PRIMO, Alex. **A busca por fama na web: reputação e narcisismo na grande mídia, em blogs e no Twitter**. Intercom. Curitiba, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1950-1.pdf>. Acesso em 3 mar 2010.



SOUSA, Mauro Wilton de. “Recepção e comunicação: a busca do sujeito”. In SOUSA, Mauro Wilton de (org). **Sujeito o lado oculto do receptor**, São Paulo: Brasiliense, 1995.

SQUIRRA, Sebastião. **Boris Casoy: o âncora no telejornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1993.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: insular, 2005.