O Apresentador Nos Estudos De Jornalismo: Reflexões Sobre A Transformação Das Rotinas De Produção E No Modo De Atuar[1]

Fabiano José Morais da Silva[2]
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN

RESUMO

O apresentador de telejornal vem sendo tratado com recorrência na bibliografia do telejornalismo. Essas abordagens assumiram, predominantemente, um caráter de prescrição de condutas (o que fazer ou não fazer). O presente trabalho propõe uma reflexão no que se refere as transformações que levaram o apresentador de TV da posição de simples 'locutor de notícias', com condutas 'importadas' do rádio ao 'âncora', que assume posições sobre o que noticia. Telejornais pioneiros servem de importante parâmetro para analisar a atuação dos apresentadores. As discussões acerca das distinções entre os papéis de âncora e apresentador a partir das funções desempenhadas pelos apresentadores no telejornal também são abordadas, permitindo entender como esse fator influenciou na mudança nas rotinas de produção e na construção da imagem dos apresentadores.

PALAVRAS-CHAVE: apresentador; telejornalismo; âncora; voz; telejornais;

UM BREVE HISTÓRICO SOBRE OS TELEJORNAIS E O FORMATO DE APRESENTAÇÃO

O telejornalismo teve sua entrada no Brasil em setembro de 1950, coincidindo com o início da indústria da televisão. Inicialmente os programas não tinham horários definidos, diferente do modelo adotado nos Estados Unidos, base de referência para implantação do jornalismo brasileiro e que trazia do cinema a estrutura logística de produção e comercial. Aqui, a televisão, incluindo o telejornalismo, teve como base o rádio, veículo, até então, predominante na preferência popular devido à facilidade de aquisição. Logo, o rádio passou a 'ceder' seus profissionais ao veículo que entrara no país. Era a forma, a princípio, mais cômoda para os veículos conduzirem a programação, que, mais tarde, se especializaria, tornando a TV brasileira uma das mais conceituadas no mundo. Na época, os programas de jornalismo precisavam 'recrutar' os apresentadores de telejornais. Esses profissionais foram selecionados entre os locutores de noticiários de rádio, que possuíam certa habilidade

[1] Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Professor do Curso de Comunicação Social da Universidade do Estado Rio Grande do Norte – UERN. Mestre em estudos da linguagem, do PPGCOM, da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. e-mail: fabianomorais@uern.br

profissional. Os jornalistas, nesse momento, não foram pensados como profissionais que poderiam exercer tal função, o que só ocorreria anos mais tarde.

Como observa Squirra (1993), o programa jornalístico *Imagens do Dia*[3], o primeiro telejornal da televisão brasileira, tinha essa característica ao trazer do rádio o apresentador de TV. O *Telenotícias Panair*, também idealizado e veiculado pela TV Tupi, dois anos mais tarde, seguia o mesmo modelo. Ambos privilegiavam a expressão verbal e não exploravam os recursos visuais do mais novo veículo, pois não existia a quantidade suficiente de reportagens gravadas, em função da ausência de VT'S[4]. Praticamente o jornal era lido e com algumas inserções de fotos. Em seguida o mais famoso programa jornalístico do rádio brasileiro e primeiro telejornal de sucesso, o "Repórter Esso", se transferia para a TV, inclusive com o mesmo nome da produção radiofônica. Veiculado também pela TV Tupi, inicialmente no Rio de Janeiro, em 1952, e em São Paulo, no ano seguinte, ficou no ar quase 20 anos, tornando-se o primeiro telejornal de sucesso do Brasil.

Nos anos 50 os telejornais funcionavam como uma espécie de rádio com imagem. Só anos depois haveria uma preocupação dos editores em casar imagem e texto. A propósito da importação do locutor de notícias do rádio, profissionais de TV da época já acreditavam que essa era uma função, dentro do telejornal, de muita importância, uma vez que do trabalho do apresentador dependia grande parte da audiência. Logo, era comum buscar profissionais que também tivessem capacidade de redigir o próprio texto, uma espécie de editor-chefe nos telejornais de hoje. Squirra (1993) lembra ainda que o locutor deveria ser tão ligado à notícia que, em caso de problemas no *script,* a informação levada ao telespectador não seria prejudicada, pois dominava o texto com maior propriedade já que tivera escrito o mesmo.

No entanto, o processo de seleção para esses profissionais nem sempre foi presidido por suas competências jornalísticas. A aparência, que incluía também uma 'bela voz', era critério de decisão na hora de escolher o que hoje denominamos apresentador de TV. Era evidente, desde aquela época, o valor que se dava a outros atributos como locução de tom grave e bem interpretativa. Era comum a leitura das notícias em blocos ou segmentos, sendo a principal notícia do dia lida em tom vibrante e quase dramático no final dos programas.

---

[3] Veiculado dois dias após a implantação da TV brasileira pela TV Tupi, Canal 6 de São Paulo. O programa era produzido por uma pequena equipe composta pelo produtor, redator e apresentador Ruy Resende, e os cinegrafistas Jorge Kurjian, Paulo Salomão e Afonso Ribas.

[4] Também conhecido como *videotape*, que é um equipamento eletrônico que grava o sinal de áudio e vídeo gerado por uma câmera.

Decorrida essa primeira década, de 1950 a 1960, uma fase inicial e importante da TV brasileira, surgem programas jornalísticos que vão substituindo o locutor de notícias e abrindo espaço, mesmo que bem distante do formato atual, para o apresentador de TV, tal como concebemos hoje. Se, atualmente, é possível identificar com relativa facilidade os telejornais da televisão brasileira com os similares norte-americanos, o mesmo não ocorria com os programas nos primeiros momentos, apesar de, como dito, termos como referência o que se fazia nos Estados Unidos. É que segundo o jornalista Fernando Barbosa Lima (*apud*, SQUIRRA, 1997, p. 107) "cada estação de TV procurou criar suas próprias formas, encontrar seu próprio estilo, sem copiar os telejornais americanos." Tanto é que Fernando Barbosa Lima implantou e dirigiu o Jornal de Vanguarda, que trazia uma nova proposta na forma de apresentação de um telejornal. O telejornal estreou na TV Excelsior, no Rio, em setembro de 1962. Rompeu com o formato padronizado. Abandonou o estilo radiofônico passando a ser apresentado por jornalistas e a apresentar inovações visuais. O *Jornal de Vanguarda*, que tinha como slogan "Show de Notícias", é considerado um marco de criatividade e ousadia devido às inovações introduzidas no telejornalismo brasileiro no início da década de 1960. O telejornal apresentava uma idéia bem clara do que era em termos de identificação com o público. Segundo Lima (2007, p. 59), a frase dizia o seguinte: "O jornal de quem sabe compreender o mundo de hoje e ver o mundo de amanhã. Um jornal livre para brasileiros livres. Um show de notícias. Nossas câmeras são os seus olhos". Ia ao ar às dez e meia da noite, ao vivo e com muitos apresentadores, cerca de oito ou nove. No quadro de profissionais havia desenhistas, humoristas, comentaristas políticos, cronista, comentarista internacional, além de locutores como Luiz Jatobá, Cid Moreira, Fernando Garcia e Jorge Sampaio.

Uma das marcas importantes foi a quebra da linguagem tradicional dos telejornais, imprimindo um tom quase coloquial ao discurso dos apresentadores. Outro fator relevante foi a inserção de jornalistas vindos da imprensa escrita, uma novidade, já que os profissionais do telejornalismo praticamente vinham todos do rádio. O *Jornal de Vanguarda*, que teve como primeiro nome *Jornal Excelsior*, foi levado para a TV Tupi, em 1965. Em 1966 estreava na TV Globo mantendo todo o quadro de profissionais. Em maio de 1988 a Rede Bandeirantes reeditou o telejornal, com apresentação de Dóris Giesse, mas sem o mesmo sucesso de anos anteriores.

Essa fase de pré-transição se arrastou até meados dos anos 70 quando o telejornalismo brasileiro passou por maiores reformas nas rotinas de produção, o que

incluiu mudanças na forma de apresentar as notícias, com entonações, gestos e participação mais direta na produção dos textos por parte dos apresentadores.

Era o que, em termos de levar a notícia ao telespectador, já preconizava o apresentador Sérgio Chapelin (*apud*, MACIEL, 1994, p. 77), no ar até hoje na TV Globo, como apresentador do programa semanal *Globo Repórter*, levando-se em conta ele que teve como origem as locuções radiofônicas.

> Ninguém é capaz de segurar o telespectador apenas com um belo timbre de voz. O fundamental, para um bom locutor, é a sensibilidade. Eu diria que a emoção é marcada por nós, mas não supervalorizo a minha participação na notícia. Sou um operário que deseja apenas, fazer bem o seu trabalho. Faço um exercício de análise em cima de cada texto, porque tenho a certeza de que posso matar ou levantar uma notícia, se eu não souber apreendê-la, com exatidão, e transmiti-la, com a mais absoluta correção. É nesse sentido que se pode falar em interpretação. Jamais no sentido teatral do termo.

Com as mudanças de mercado na TV nacional, coincidindo com o declínio dos Diários Associados e a chegada do Jornal Nacional, da Rede Globo, que estreara um ano antes, além da adoção do modelo, quase que fiel do telejornalismo americano, a forma de apresentar as notícias na TV foi ganhando novos estilos, como menos dramaticidade na leitura das notícias, agilidade na apresentação, ritmo mais equilibrado e melhor interpretação do texto. Em 1977, por exemplo, estreia em São Paulo o telejornal matutino *Bom Dia São Paulo*.[5]

No entanto, apesar de algumas inovações e tentativas de fazer algo diferente, os canais ainda mantinham vínculos produtivos com a fase inicial do telejornalismo. Tanto é que Cid Moreira e Sérgio Chapelin, apresentadores do Jornal Nacional, mantiveram relativos padrões dos locutores de notícias. Já o próprio JN, inaugurava "um novo estilo de jornalismo da TV brasileira", só que seguindo um formato de apresentação visual requintado e frio, pretensamente objetivo, conforme Lins da Silva (*apud*, SQUIRRA, 1993, p. 109).

Na nova fase de jornalistas no comando dos telejornais o sucesso do jornalista Boris Casoy, à frente do *TJ Brasil*, que estreou em 1988, veiculado pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), indicava uma nova tendência no modelo de telejornalismo, não só na

[5] Exibido pela TV Globo São Paulo, de segunda a sexta, às 7h. O telejornal utilizou pela primeira vez o equipamento de UPJ – unidade portátil de jornalismo, com transmissões ao vivo, informações de serviço como o tempo, trânsito, aeroporto etc.

maneira de apresentar, mas pela consolidação de um jornalista responsável por editar o telejornal que apresentava.

O próprio Boris destacou esse novo momento do jornalismo de TV:

> O que acontece é que a fase dos grandes locutores está acabando. Não temos mais a escola das grandes vozes, de onde surgiu alguém como Cid Moreira, e vai ser muito difícil ter apresentadores do porte e do brilho do Cid de agora em diante. Os jornalistas-apresentadores naturalmente irão ocupar os lugares disponíveis. Serão mais fracos na locução, mas irão reforçar a parte jornalística (CASOY, *apud*, TRAMONTINA, 1996, p. 79).

Passados mais de 20 anos a previsão parece se confirmar, pelo menos até o momento, onde é cada vez mais comum jornalistas com padrões de vozes bem diferentes dos primeiros apresentadores (menos grave, bem mais articulada) conduzirem os telejornais, tanto em emissoras de rede, bem como nas regionais

ATUAÇÃO E IMAGEM DO APRESENTADOR

Num momento seguinte do jornalismo televisivo do país, ao analisar o Jornal Nacional, no que ele considera em "nova fase", Hernandes (2006, p. 123), ressalta que "os apresentadores de bela voz deram lugar aos âncoras. Por trás da mudança, houve a tentativa de conquistar mais credibilidade para a notícia. Os novos apresentadores são jornalistas que participam ativamente da edição". Natalino (2007) também evidencia essa mudança no cenário dos telejornais brasileiros, com a troca, em 1996, dos apresentadores Cid Moreira e Sérgio Chapelin pelos jornalistas William Bonner e Lilian Witte Fibe, como sendo o marco de uma transição para o modelo de âncora, que iremos abordar mais adiante.

Quanto à ideia de conquistar mais credibilidade a confirmação é do ex-diretor de jornalismo da TV Globo Armando Nogueira, que em entrevista no ano de 1997 afirmou que o importante na presença do jornalista como apresentador de um telejornal era o de reforçar a credibilidade do apresentador e, consequentemente, a credibilidade do telejornal.

O jornalista Evandro Carlos de Andrade (2004, p. 288), que assumiu a direção da Central Globo de Jornalismo (CGJ), em 1995, em substituição a Alberico de Souza Cruz chegou a afirmar: "nós queremos que os apresentadores respondam ao máximo possível sobre os textos que lêem". Para o atual diretor da CGJ, Carlos Henrique Schroder (2004, p.

288), na época, Diretor de Planejamento, a substituição dos apresentadores, apesar de necessária para aquele momento, foi muito difícil:

> Todas as pesquisas indicavam o êxito dos nossos locutores. Mas eu sentia a necessidade ao longo dos anos de ter jornalistas na bancada, para que houvesse agilidade. Na primeira conversa com Evandro, mencionei isso, e ele foi absolutamente receptivo, dizendo que, como espectador, tinha a mesma impressão. E deu sinal verde para o projeto... Vendo retrospectivamente, parece que foi uma decisão fácil de tomar. Mas não foi. Qualquer mudança no Jornal Nacional é muito complicada, porque se trata do principal telejornal da casa e do país. E um dos principais programas da TV Globo.

Ele (2004, p. 288), complementa a justificativa de ter jornalistas na bancada ao afirmar a certeza de dar maior dinamismo ao telejornal:

> Ter jornalistas como apresentadores dá a possibilidade de improvisar, de intervir no noticiário no momento em que ele está no ar. Permite a realização de entrevistas ao vivo, perguntas a repórteres, a entrevistados. Permite um arredondamento de certas matérias. Esse nunca foi o papel dos locutores, a quem apenas cabia ler o que tinha sido escrito. Por mais competentes que fossem, e eram monstros sagrados da locução, os melhores do país, eles não foram formados para desempenhar o papel de jornalistas. Fazer a mudança com eles seria desonesto em primeiro lugar com eles próprios. Foi uma decisão difícil, mas histórica.

Yorke (1998) enfatiza que o surgimento do jornalista como apresentador coincidiu com as novas demandas que tiveram origem nas mudanças da tecnologia e também pelo surgimento de programas com formas modernas. Ele completa dizendo que o talento jornalístico e de apresentador acabaram tornando-se inseparáveis.

Porto (2002) ressalta que após essa mudança os apresentadores passaram a falar por mais tempo, passando de 15% do primeiro momento para 25% na nova fase. O autor destaca ainda que somente os apresentadores tiveram um aumento significante na participação do telejornal. Ele destaca também que os apresentadores tornaram-se mais ativos ao apresentar um número maior de expressões interpretativas e, consequentemente, menos informativas. Na prática, ficou quase que uma regra o apresentador ser responsável pela apresentação dos comentários finais das notícias, mesmo que através de uma informação complementar, as chamadas *nota-pé*.

Passados cerca de 60 anos dos primeiros telejornais brasileiros, nos quais os locutores de notícias abriram um caminho para o atual modelo de telejornalismo nacional, é diversificada a opinião de analistas de como devem proceder os apresentadores, tanto no que concerne o seu papel na produção do telejornal e quanto a linguagem do programa, além de qual formato que se enquadra melhor nas tevês de rede, regionais e locais. A própria concepção do que é um apresentador de telejornal não é consensual.

Segundo Jespers (1998), o apresentador é o hóspede do telejornal. É ele quem acolhe o telespectador no início do programa, e despede-se no fim, marca os encontros e permite que o receptor tenha uma melhor compreensão dos fatos. É ele quem estabelece um contato privilegiado com o público, baseado na confiança. O desenho de uma imagem global que o telespectador irá fazer dos assuntos do dia a partir das referências que o apresentador faz também sinaliza o grau de importância que o profissional exerce. Dentro das rotinas do telejornal o apresentador é responsável em colocar as sequências de reportagens e as entrevistas. Ainda para o autor o apresentador deve, também, colocar-se a serviço do público, ser o intérprete das suas interrogações, inquietações, realçar o essencial das notícias e fazer a ligação entre o veículo e os telespectadores. Na realidade ele exerce uma função de elemento de homogeneidade em telejornais cada vez mais heterogêneos. Outros aspectos também são destacados como essenciais para uma empatia com o público. A este respeito, Jespers (1998, p. 182) afirma que:

> A aparência física, o vestuário, os gestos, a simpatia que transparece, o olhar, tem evidentemente muita importância para um apresentador. É importante para a eficácia da transmissão da informação que o telespectador não seja perturbado por detalhes secundários, tais como uma gravata muito vistosa, uma cicatriz que desfigura, um tique, gestos demasiados abundantes, ou excessivamente bruscos, um meneio intempestivo da cabeça etc. Mas não devemos exagerar. O que torna credível e eficaz um apresentador é antes de tudo uma vontade obstinada de comunicar claramente e inteligentemente e uma preocupação de conivência com o público.

Complementado essa idéia, Veiga (2000) afirma que cabelos despenteados, dentes manchados de batom, gravatas tortas, camisas manchadas de suor são elementos discordantes, não aceitos na tela do veículo que reproduz a moda. E, completa, ao afirmar que assim como na apresentação teatral, onde o narrador dá o tom do sentimento à plateia, o apresentador é elemento importante na apresentação da notícia e na reação do público a ela.

A imagem que o apresentador constrói diante do público também é analisada por Maciel (1994), que destaca seis fatores, colocados como fundamentais sempre que se fala diante das câmeras e que ele faz questão de ressalvar como não sendo apenas recomendações de vaidades: cuidado com a *roupa*, no estilo e nas cores; com a *postura*, através da sutileza; com os *gestos*, evitando exageros; com a *fala*, através da maneira, do tom e do ritmo; com o *convencimento*, através da sinceridade e segurança e, com a *credibilidade*, esse ligado diretamente ao item anterior. Ele complementa dizendo que o apresentador funciona como uma espécie de ator que atua mexendo com a emoção das pessoas e, por isso, o que está sentindo e transmitindo para os telespectadores é a verdade, esse um conceito relacional. Essa postura, segundo ele, dá credibilidade ao que é dito.

Todos esses elementos foram colocados, a princípio, como prioridades na obtenção de criar o "apresentador ideal" de um telejornal que acabaria sendo referência, em uma das principais redes de TV do país, o *Jornal Nacional*, da Rede Globo. Porém, com uma notável ressalva: o forte apelo de aparência de quem estaria à frente das câmeras. O então vice-presidente de Operações José Bonifácio Sobrinho (*apud*, MACIEL, 1994, p. 71) revela que desde o início da criação do principal telejornal da emissora, a preocupação em atrair o público feminino o fez seguir o caminho da aparência:

> Eu achava que, além da correção, da boa voz, do timbre bonito, os nossos telejornais ganhariam muito com a presença de apresentadores que fossem competentes e de boa aparência. Isso era parte de uma tática: a de fazer com que o nosso público fosse atraído pelos nossos telejornais, que já eram tão bons quanto qualquer outro, naquela época. O problema era evitar, de qualquer forma, que na hora da notícia esse público mudasse de canal.

Na época, o jornalista Armando Nogueira (1988, p. 104), diretor da Central Globo de Jornalismo, também defendeu o mesmo padrão de aparência, quando o assunto era escolher o apresentador de telejornal:

> há uma máxima inglesa de turfe que determinava: entre um cavalo grande e bonito e um cavalo pequeno e bonito, prefira o cavalo grande e bonito. Entre um apresentador de televisão bom e feio e outro bom e bonito, eu prefiro o bom e bonito. Isto não significa que o Cid Moreira ou o Sérgio Chapelin vá participar de novelas.

Mas o elemento aparência na apresentação só fará sentido, em combinação com outros fatores, como a voz. Ela merece, inclusive, um destaque, de acordo com Maciel (1994, p. 74)

> independente de eventuais belezas físicas que possua ou não, ao falar, lembre que é através da voz que você vai convencer as pessoas que estão assistindo a sua participação na televisão. A voz precisa, portanto, estar em harmonia com a imagem que você está projetando.

Ainda segundo Krillos (2003), a boa qualidade da voz para apresentadores é essencial e deve conter elementos como *freqüência* equilibrada, que é o tom que se usa para falar. Pode ser grave (grosso), médio ou agudo (fino) e que é determinada pela velocidade do movimento das pregas vocais; *intensidade ou volume,* compatíveis com a apresentação da notícia, não devendo ser muito forte, nem muito fraco; *ressonância*, que é a forma como é distribuído o som pela laringe, boca e nariz e que deve ter um equilíbrio; *articulação*, que é a emissão, com clareza e precisão, do som que é levado ao telespectador; e, por último, o *ritmo ou velocidade,* que precisa ser trabalhado de forma média, para que as palavras não sejam faladas de forma muito rápida ou lenta.

Para Krillos (2003), o apresentador geralmente atua em situação de estresse, com elevada descarga de adrenalina, o que por um lado auxilia na boa atuação dos órgãos e dos músculos para a função fonatória, mas que, por outro lado, quando acompanhada de ansiedade extrema e medo de falar traz resultados negativos.

É nessa mesma perspectiva que Maciel (1994, p. 75) relata o depoimento de Cid Moreira, ex-apresentador do Jornal Nacional, da Rede Globo, quando ele firma que "você tem de esquecer todas as aflições passadas e entrar no espírito do jornal. É uma coisa que a gente aprende: a se concentrar rapidamente".

Por todos esses aspectos a voz passa a ter um peso significativo nos manuais de telejornais, aliada aos aspectos gestuais, como um semblante de serenidade e calma. Mas, entre os elementos disponíveis para se chegar a resultados satisfatórios de empatia com o público, outros fatores se complementam. Krillos (2003) ratifica a tese que bom texto, voz agradável, articulação clara e gestos e expressões corporais ilustrativos e harmoniosos, são determinantes.

É recorrente na bibliografia do telejornalismo a preocupação com a expressividade do apresentador, ou seja, com os aspectos dessa atuação capazes de inspirar credibilidade. E tal credibilidade seria fruto da união de recursos verbais (palavra) e não-verbais (expressões

faciais e corpo), algo que requer muita técnica e prática. Um outro aspecto encontrado nessa bibliografia específica do campo do jornalismo é a discussão acerca do estatuto do 'âncora' e do 'apresentador'. Observamos, assim, de um lado, uma preocupação orientada pela descrição e prescrição de comportamentos/procedimentos de atuação do apresentador e, por outro, a preocupação com as funções do profissional que ocupa a bancada dos telejornais no seu processo de produção. Em ambas, o foco é o 'fazer jornalístico'.

APRESENTADOR X ÂNCORA

Para Barbeiro e Lima (2002) o apresentador de programa jornalístico na TV não pode ser colocado como artista, nem como notícia, e sim como parte do processo de produção desta. No entanto, apesar de não dever ser, o que os autores consideram a "estrela" do telejornal, já que em volta dele existe toda uma equipe de profissionais que, em conjunto, produzem o telejornal, é ele o rosto mais conhecido e familiar do telespectador, o que lhe dá notoriedade e prestígio social. Atualmente, no setor produtivo, o apresentador, na maioria dos casos, acompanha e participa da elaboração do telejornal, nas várias etapas. Muda o que fazia grande parte dos locutores de notícias, por causa da voz e do visual, que era 'apenas' ler o que alguém escrevia. Agora é o apresentador quem tem participação ativa na produção e acabou transformando-se, na maioria dos casos, em editores-chefes dos programas. Outros atributos ainda citados como fundamentais a um apresentador são a capacidade de transmitir a sensação de uma pessoa calma, relaxada, confiante e segura, controlando ainda o ritmo do programa, dando maior ou menor velocidade. Ainda segundo Barbeiro e Lima (2002) o apresentador precisa ser firme, estimular os debates ou respostas. É válido lembrar que é cada vez mais comum a inserção de entrevistas conduzidas pelos apresentadores em telejornais, sobretudo os matutinos e vespertinos. Isso configura, ao longo das últimas duas décadas, uma mudança que envolve a rotina, já que antes essas entrevistas eram realizadas, na grande maioria, apenas pelos repórteres.

O papel do apresentador na produção das notícias, assim como seu posicionamento diante do que enuncia, também é o objeto de compreensões distintas na bibliografia da área. Para Barbeiro e Lima (2002) o âncora/apresentador jamais pode ter opinião explícita, o que cabe aos comentaristas. Ele deve dar preferência ao pronome nós em vez de eu, o que daria um tom de arrogância dispensável no jornalismo. E aí está uma certa polêmica, não só

quanto à competência da atividade produtiva do apresentador e do âncora, mas quanto à própria definição do que é um e do que é o outro.

É comum entre profissionais da área a referência ao termo âncora (do inglês *anchorman*), no caso o homem-âncora, criado nos Estados Unidos na década de 50 e que simboliza a figura do apresentador, para citar, por aqui, qualquer apresentador de telejornal. Parece não ser apropriado, já que seguindo o próprio modelo norte-americano, adotado pelo jornalismo televisivo no Brasil, o âncora é bem mais do que o 'locutor de notícias'. Ele participa diretamente e interferindo na produção do jornal.

Natalino (2007, p. 89) afirma ser o âncora de um telejornal, ao mesmo tempo, apresentador televisivo e jornalista, o que até aí parece demonstrar coerência.

> O âncora é, a princípio, um jornalista cujo reconhecimento entre seus pares o elevou a um posto máximo na carreira. É também, entretanto, alguém cuja imagem deve ser impecável, transmitindo confiança no tom de voz e no vestuário. É ele que inicia a transmissão do telejornal, saudando os que lhe assistem, de forma respeitosa; é também ele que se despede do telespectador. E, principalmente, é ele quem introduz todas as notícias do telejornal, sendo a sua fala uma presença constante e inescapável em cada relato.

Mas parece existir um entendimento distorcido quando ele se refere apenas ao aspecto da linguagem e da performance: "há vários modelos de âncora, variando desde a sisudez monótona e calculada à fala calculadamente alegre, desde a imobilidade da posição sentada à movimentação dos âncoras que se utilizam do estúdio com palco". Nessa análise, a princípio, não se dá conta do papel desse profissional enquanto produtor da notícia, o que bem caracteriza o trabalho do âncora.

Segundo Squirra (1993), no início dos anos 90, a definição parecia explicar um pouco o novo momento: O 'âncora' é um profissional, na prática norte-americana, que se configura como a expressão máxima de credibilidade e orientação editorial do programa jornalístico de TV, mas que no Brasil, a partir dos anos 90, passou mais a exercer a função de coordenador de coberturas jornalísticas especiais do que propriamente o que fundamenta a atividade do mesmo, com exceção para o modelo adotado pelo SBT, onde se tinha à frente do programa o jornalista Boris Casoy. O próprio apresentador tentou definir o que seria esse profissional por aqui:

> Eu acho que no Brasil, ele (âncora) é sinônimo de Editor-Chefe, de apresentador e de comentarista. E, ocasionalmente, entrevistador. Na verdade, é o jornalista, no pleno exercício das suas funções, na televisão. É o jornalista que edita seu jornal, que seleciona as notícias. Que comenta e faz uma análise. No meu conceito, no fundo, é uma forma de jornalismo crítico e analítico. (CASOY, *apud*, SQUIRRA, 1993, p. 180).

Para Squirra (1993, p. 118) "a figura do âncora é recente na jovem história do jornalismo eletrônico no Brasil. Por esse motivo ainda é um personagem desconhecido da população e dos pesquisadores". Para ele o pioneirismo de quem introduziu a função no telejornalismo brasileiro continua complexa para alguns profissionais, sendo Costa Manso, da Rede Globo, em 1976, citado por Mello e Sousa, como o primeiro profissional a fazer esse tipo de trabalho. Já o ex-diretor de jornalismo da própria emissora, Alberico de Souza Cruz, afirma que o pioneirismo cabe a Carlos Monforte. Joelmir Betting, na Bandeirantes, é mencionado por Lins e Silva como outro profissional que teria exercido a função em 1980, e de forma semelhante a de um âncora.

Para Bonner (2009, p. 242), o âncora é definido da seguinte forma:

> O profissional em cuja figura se centraliza a apresentação de um programa jornalístico e que, frequentemente, acumula o cargo de editor-chefe. Nos Estados Unidos, o âncora é isto. No Brasil, a imprensa escrita viu, na migração de Boris Casoy para a TV, a ocupação de um espaço novo para jornalistas. E por um profissional que já acumulava grande experiência na carreira. Assim, a própria imprensa passou a apresentar Boris Casoy como o primeiro âncora brasileiro de verdade. Esse de "verdade" se devia ao fato de ele entremear a apresentação com os comentários – o que o colocaria na condição de âncora à moda americana.

No entanto, para Squirra (1993) o que parece evidente hoje é que o formato de ancoragem de Boris Casoy, no então *TJ Brasil*, é o que se tornou plenamente aceito pela maioria dos jornalistas, apesar da forma diferenciada no que se refere aos comentários, já que nos EUA, estes praticamente inexistem por parte dos âncoras. Lá, lembra Squirra, a opinião do âncora não é externada de forma direta e clara, mas na condução do noticiário, no processo de escolhas das reportagens e na seleção dos profissionais a darem determinados enfoques. Sobre essa última análise de Squirra, Bonner (2009, p. 242) reafirma a idéia para, logo em seguida, argumentar a discordância em Boris Casoy ser considerado o pioneiro como âncora.

> Os âncoras americanos não comentam notícias, nem tampouco recorrem a bordões. Então, antes de expor, aqui, os motivos de o Jornal Nacional não emitir opinião na voz de seus apresentadores (ou seríamos âncoras?), é preciso combinar o seguinte: Boris Casoy foi um inovador sim, ao acumular a chefia do TJ Brasil com a apresentação; a apresentação com os comentários; e os comentários com os bordões. Mas Boris jamais foi um âncora como os americanos. Simplesmente porque não é assim que eles trabalham por lá.

Já para Paternostro (1999, p. 34) foi mesmo o jornalista Boris Casoy o precursor da função no país. Ela ressalta ainda que o trabalho dele produziu mudanças no meio televisivo.

> O Telejornal Brasil introduz a figura do âncora no telejornalismo brasileiro, que, embora, consagrada nos modelos dos telejornais norte-americanos, ainda não existia por aqui. O jornalista Boris Casoy, apresentador e editor-chefe do telejornal, comenta e opina sobre algumas reportagens. O TJ Brasil se contrapõe ao Jornal Nacional, que permanece na liderança da audiência, mas o TJ Brasil consegue imprimir sua marca e leva as emissoras a reformular o formato de seus telejornais.

Outro que defende o pioneirismo de Boris Casoy é Porto (2009, p. 12): "Casoy se tornou o primeiro âncora da televisão brasileira, pois recebeu não só a tarefa de apresentar as notícias, mas também de atuar como editor-geral do noticiário".

Diante do que se expôs sobre o tema parece ser coerente a afirmação de que o apresentador é um dos principais elementos na imagem do canal, independentemente do modelo adotado, se como apresentador ou como âncora, o que faz com que sua responsabilidade seja muito evidente e fundamental para a construção da credibilidade perante o público. E essa imagem está ligada diretamente ao que se constrói no momento do discurso, como alguém que representa um coletivo, no caso o telejornal, mas que, por sua visibilidade, estaria representando e sendo, pelo público, avaliado ao mesmo tempo.

REFERÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto, LIMA, Paulo Roberto de. **Manual de telejornalismo**. São Paulo: Campus, 2002

BONNER, William. **Jornal Nacional:** modo de fazer. São Paulo: Globo, 2009.

HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques:** o que o jornal, revista, tv, rádio e internet fazem para captar a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006.

JESPERS, Jean-Jaques. **Jornalismo televisivo:** princípios e métodos. Coimbra: Minerva, 1998.

KYRILLOS, Leny. **Voz e Corpo na TV:** a fonoaudiologia a serviço da comunicação. São Paulo: Globo, 2003.

LIMA, Fernando Barbosa. **Nossas câmeras são seus olhos**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

MACIEL, Pedro. **Guia para falar (e aparecer) bem na televisão**. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 1994.

MEMÓRIA Globo. **Jornal Nacional:** a notícia faz história. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

NATALINO, Marco Antonio Carvalho. **O discurso do telejornalismo de referência:** criminalidade violenta e controle punitivo. São Paulo: Método, 2007.

PORTO, Mauro. **Novos Apresentadores ou Novo Jornalismo?** O Jornal Nacional antes e depois da saída de Cid Moreira**.** *Revista Comunicação e Espaço Público*, Brasília [DF], n. 1-2, 2009.

SQUIRRA, Sebastião Carlos de M. **Boris Casoy:** o âncora no telejornalismo brasileiro. Petrópolis [RJ]: Vozes, 1993.

YORKE, Ivor. **Jornalismo diante das câmeras**. São Paulo: Summus, 1998.