

Um olhar sobre o papel dos apresentadores no Telejornalismo brasileiro ¹

Vanessa TOLENTINO²

Florentina das Neves SOUZA³

Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

Resumo

Este artigo faz parte do projeto de pesquisa “Construção simbólica e agendamento por meio da imagem e das linguagens na produção telejornalística”. O trabalho estuda a figura central de um telejornal. Tem o objetivo de investigar e descrever a desempenho do apresentador no telejornalismo brasileiro. Com o estudo, pretende-se averiguar e entender o papel da figura mais expressiva e marcante do telejornalismo e como esses jornalistas influenciam nos telejornais e na audiência. Além do suporte bibliográfico, foram utilizados na investigação, periódicos, entrevistas e estudo exploratório que tratavam dos noticiários e dos apresentadores pesquisados.

Palavras-chave: comunicação; telejornalismo; apresentadores.

Introdução

A importância que tem a televisão para os brasileiros faz do telejornalismo ainda o principal meio de informação para a população, porém a informação nem sempre é prioridade. Se perguntado ao telespectador assíduo do *Jornal Nacional*, telejornal de maior audiência da televisão brasileira, sobre a notícia de destaque do telejornal no dia 02 de junho de 2014, ele não vai se lembrar de qualquer assunto a não ser do flagrante da câmera na apresentadora Patrícia Poeta no momento da entrada “ao vivo” quando ela, distraída, fazia exercícios com a voz.

O apresentador é a figura central dos telejornais, os trejeitos, a aparência ou qualquer discurso personificado chamam mais a atenção e agendam a opinião pública concorrendo com a notícia. A empatia que carrega do público influencia na credibilidade do telejornal, que por vez está atrelado à confiança que o telespectador deposita naquele que está por de trás da bancada.

Desde o surgimento da televisão no Brasil, em 1950, e com ela o telejornalismo, o apresentador carrega a imagem do programa, primeiro por causa da

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 4º ano do curso de Comunicação Social - Jornalismo da UEL, email: vanessatolentino@oulook.com

³ Orientadora do trabalho. Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Professora do curso de Jornalismo e do Mestrado em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina, email: flora@uel.br

transposição da credibilidade dos apresentadores do rádio e depois pela força da imagem. Em função desta característica, força e influência dos que estão atrás da bancada na audiência e credibilidade do telejornal, este artigo se propõe a estudar, a figura do apresentador no telejornalismo do país. Investigando e descrevendo a performance da figura que está à frente de um noticiário, pretende-se averiguar o papel desempenhado por esses jornalistas e como influenciam nos telejornais e na opinião pública. Para a pesquisa buscou-se uma recuperação histórica utilizando-se periódicos, bibliografia, entrevistas e estudo exploratório dos telejornais e apresentadores.

Os apresentadores no início dos telejornais brasileiros

Quando a televisão foi inaugurada no Brasil, na década de 1950 e com ela inaugurou-se o telejornalismo brasileiro, ninguém sabia, ao certo, como trabalhar no novo veículo de comunicação. Os profissionais migraram do rádio e levaram sua experiência para a tela. A imagem era novidade, mas o formato dos jornais e a linguagem dos apresentadores pouco tinham mudado.

Sentados em frente às câmeras e separados por uma bancada, no início, os apresentadores não tinham a proximidade da audiência que tanto se busca hoje, mas já eram vistos e faziam parte do imaginário dos telespectadores. No primeiro dia de televisão no Brasil, a empatia entre apresentadores e público já se mostrava essencial. Maurício Loureiro Gama, um dos primeiros apresentadores de telejornais, se recorda que no dia seguinte à inauguração já percebeu a reação do telespectador e a importância do seu papel enquanto jornalista de televisão.

No segundo dia de televisão, eu estava muito preocupado com o formato do jornal, eu não sabia o que ia ser o meu programa. Eu tinha redigido uma crônica jornalística. Não sei se foi isso que tinham me pedido, também não me encomendaram nada. [...] encontrei uma mulher de uns cinquenta anos mais ou menos. Era uma mulher muito simpática e ela me interpelou: ‘o senhor não é o seu Maurício Loureiro Gama?’ Respondi que sim e ela me disse que tinha me visto naquele programa inaugural da televisão e que, de um modo geral, estava bom. ‘Agora o senhor tem um grave defeito: é um homem muito arrogante’, ela falou. Eu disse que era um caipira do interior e não tem nada de arrogante, eu só estava atrás da democracia. Ela respondeu: ‘não, o senhor quer impor, não conversou comigo’. Eu perguntei como eu ia conversar com a ela. ‘O senhor tem que imaginar que eu, uma senhora, estou em casa preparando aulas enquanto fala’.

Para Gama (1999) com este discurso dialogado foi inaugurado o formato e a relação apresentador e público na televisão, entretanto foi a partir da transposição dos radiojornais que esta relação se solidificou. A imagem tornou a figura do locutor de rádio visível. Se no

rádio a voz era e ainda é a marca de alguns jornalistas, na TV outras características podem ser levadas em consideração.

O Repórter Esso é o exemplo mais evidente. Armando Figueiredo (1999)⁴ lembra-se que a responsabilidade e a estampa do apresentador passavam credibilidade para o telejornal.

Tinha uma imagem do Kalil Filho, por exemplo, que foi apresentador na televisão. Primeiro, valia mais a estampa. Ele enchia a tela, era grande bonito, tinha personalidade e boa dicção; então, ele infundia aquilo que o Repórter Esso queria acima de tudo: a credibilidade. As pessoas precisavam acreditar no Repórter Esso, e naquele tempo, o apresentador passava a credibilidade porque ele não só lia a notícia, ele lia como se estivesse contando, interpretando. Era o tipo de narração. Mas, o âncora, o Kalil, ou quem fosse, ajudava a preparar a notícia eventualmente, colaborava com a gente mesmo não sendo o redator. Antes do Kalil foi o Ribeiro Filho. Isso foi tudo em São Paulo, porque dois anos depois ele era apresentado no Rio de Janeiro. Era tudo independente, as principais características do Repórter Esso era a seriedade e a responsabilidade. Havia um lema: o Repórter Esso pode até chegar a cometer um erro, mas, na edição seguinte, ele corrige. Agora era absolutamente intolerável o Repórter Esso ser submetido à vergonha do desmentido; por isso, antes de ir ao ar ele era checado, lido, relido (FIGUEIREDO, 1999).

O Repórter Esso pode ser considerado o pioneiro na valorização do apresentador no Brasil, os profissionais eram inexperientes quando se tratava de televisão e tiveram que criar suas próprias regras em frente às câmeras. De acordo com Camila Pérez Gonçalves da Silva (2009, p.9), o Repórter Esso impôs “o primeiro padrão para a apresentação de notícias no jornalismo eletrônico brasileiro e também para questões ligadas à imagem do programa e de seus apresentadores”.

No último ano de exibição, em 1969, o telejornal já era transmitido em cadeia por TVs de todo o país. Profissionais da época dizem que a audiência do programa chegava a 100% devido ao reduzido número de televisores. Para Gontijo Teodoro⁵, o noticiário conduzido por ele prendia o público pela credibilidade de suas informações. Credibilidade essa que também incluía a postura e o crédito vindo dos locutores.

O primeiro telejornal de destaque na TV brasileira já era um sucesso do rádio quando transportou este sucesso para o novo veículo e embora fosse uma produção de uma agência internacional com um modelo voltado para o radiojornalismo, transformou-se num marco do telejornalismo brasileiro.

⁴ Armando Figueiredo foi editor chefe do Repórter Esso, deu estas informações durante entrevista à pesquisadora Flora Neves em São Paulo, em 1999.

⁵ Entrevista do apresentador a repórter Vânia Almeida, São Paulo, 5 mar. 1985

Inaugurando uma nova fase, em 1962, surge na TV Excelsior, *Jornal de Vanguarda*, responsável por implantar muitas novidades no telejornalismo do Brasil. A principal novidade foi a participação de jornalistas como produtores e cronistas especializados na apresentação das notícias, entre eles Millor Fernandes, João Saldanha e Sérgio Porto. (REZENDE, 2000)

O *Jornal de Vanguarda* se mostrou surpreendente pela sua originalidade na estrutura e forma de apresentação. De acordo com Fernando Barbosa Lima (2007), o telejornal entrava ao vivo às dez e meia da noite com vários apresentadores, os quais eram jornalistas vindos da imprensa escrita e não do rádio, como era feito anteriormente. A equipe também contava com humorista, comentarista político, desenhista e caricaturista. Para o jornalista Artur da Távola (1977), o *Jornal de Vanguarda* quebrou a linguagem tradicional usada nos telejornais da época e os apresentadores passaram a usar um tom informal e coloquial.

Com oito ou nove apresentadores dentro do estúdio, o programa incluía ilustrações e até piadas contadas por Sérgio Porto. Conhecido pelo pseudônimo de Stanislaw Ponte Preta no Diário Carioca, no telejornal também costumava fazer comentários satíricos sobre a política brasileira. Com a presença de vários locutores, o *Jornal de Vanguarda* tornou a apresentação mais dinâmica. (SOUZA, 2000)

Na lembrança de Vilas Boas Corrêa, comentarista político do *Jornal de Vanguarda*, o programa era todo feito em plano americano e os apresentadores ficavam sentados para evitar o mau posicionamento diante das câmeras:

[...] a vantagem do banquinho era que, sem encosto, nos obrigava a uma postura correta, evitando a deselegância de afundar. Como tudo era ao vivo, de vez em quando aconteciam coisas pitorescas. Uma vez, o Sérgio Porto contou uma piada tão engraçada, que provocou um frouxo de riso em toda a equipe. Foi preciso tirar o jornal do ar. (Apud KAPLAN; REZENDE, 1994, p.128).

Em 1963, o *Jornal de Vanguarda* recebeu na Espanha o prêmio Ondas, título por ser considerado o melhor telejornal do mundo. No entanto, o noticiário não resistiu ao golpe de 64. Com a TV Excelsior perseguida, o telejornal trocou de emissora quatro vezes e se extinguiu na TV Rio, no auge do AI-5. Para Rezende (2000), “encerrava-se ali uma das passagens mais criativas e inteligentes da história do telejornalismo brasileiro”.

O Âncora na Apresentação

Por um bom tempo o apresentador tinha a única função de ler as notícias em frente às câmeras, mas esse conceito mudou quando a figura do âncora chegou ao telejornalismo brasileiro.

O termo “âncora” surgiu nos Estados Unidos (*anchorman*), na década de 50 e trouxe ainda mais peso para o apresentador. Sua função não é somente apresentar o noticiário, mas principalmente ser o editor-chefe que se mantém em sintonia com todo o telejornal no momento da apresentação. Para Sebastião Squirra (1993), é o âncora “que orienta os temas a serem cobertos; [...] que elimina assuntos; que inclui novas abordagens e que redireciona o texto na hora da introdução dos assuntos no estúdio”.

Nos EUA, Walter Cronkite foi o mais importante âncora da história do telejornalismo americano. O jornalista atuava na rede CBS de televisão e foi o primeiro a receber o título de editor-chefe e apresentar um telejornal. Cronkite ficou a frente do “Evening News” entre 1962 e 1981. De acordo com Flávio Porcello e Roberto Ramos (2012), o mais famoso âncora norte-americano não tinha na voz sua maior virtude, mas tinha uma grande capacidade de tratar jornalismo com seriedade e mantinha uma característica de identificação com público, atributos essenciais ao bom jornalismo que conquistaram a confiança dos telespectadores.

No Brasil, Boris Casoy foi considerado o primeiro âncora do país. O jornalista tornou-se responsável pela bancada do TJ Brasil em 1998, telejornal que influenciou nas mudanças nos noticiários brasileiros, dando total liberdade para Casoy expor suas opiniões sobre as notícias, aproximando-se do modelo de ancoragem norte-americana. (PACHECO; SANT’ANA, 1998)

Boris Casoy começou a se ancorar, para ser um Âncora, à imagem e semelhança de Cronkite. Ele conseguiu uma relação diferenciada com a emissora. Teve liberdade para escolher sua própria equipe [...] E contou com espaço devido para conceber e liderar o “TJ Brasil” com seus traços e fisionomia, bem ao seu jeito. [...] (PORCELLO; RAMOS, 2012, p.224).

Conforme Porcello e Ramos (2012), a função de âncora carrega o peso da responsabilidade de expressar a ideologia defendida pela emissora. É mais que a figura do jornalista apresentando notícias, é a própria fisionomia da emissora, com suas crenças e posições ideológicas. E quanto maior a identificação com o telespectador, propriedade que Boris dominava, melhor para o êxito da mensagem.

Casoy lia as notícias, fazia entrevistas e também comentava de uma forma particular, pela qual desenvolvia a produção de opinião no TJ Brasil. Seus comentários se

Tornaram polêmicos, e se por um lado eram condenados por críticos e profissionais da área, com o público a reação era positiva. O jornalista ficou marcado pelo uso de comentários pessoais que caíam no gosto popular. No começo eram feitos de improviso, mas depois Casoy passou a escrever. Até o célebre jargão “isto é uma vergonha”, surgiu de um improviso, e em pouco tempo os telespectadores estavam repetindo a frase que até hoje é usada pelo jornalista.

A popularidade de Casoy ancorando o TJ Brasil indicou a necessidade de um novo modelo para o telejornalismo brasileiro, centrado no jornalista como apresentador das notícias. Situação que influenciou a troca na bancada de telejornais de outras emissoras. (REZENDE, 2000)

O jornalista marcou a história do telejornalismo no país e é até reconhecido por ser o primeiro âncora brasileiro, apesar disso, o primeiro a exercer a posição foi Joelmir Beting, no *Jornal Bandeirantes*. É o próprio Boris quem afirma: “A posição de âncora não é uma novidade no Brasil [...] durante o regime militar, na *Bandeirantes*, o Joelmir Beting fez esse tipo de trabalho” (CASOY, 1994, p.41).

No período (1975-1985) em que Beting ancorou o *Jornal Bandeirantes* ao lado de Ferreira Martins, havia a necessidade de se trabalhar com o improviso. De acordo com suas próprias recordações, o telejornal era editado “na marra”:

Era uma ancoragem cirúrgica, porque às vezes eu tinha dois minutos de vazio no jornal e precisava preenchê-lo no papo [...] A exigência de criatividade era um absurdo, eu perdia adrenalina toda noite (por mais que o resultado pudesse ser bom). Não era experiência pela opção de um modelo e sim por uma deficiência operacional da empresa. Aquilo era um “tampão” ao vivo, com a nossa cara sob o risco de fazer ou dizer besteiras, como andou acontecendo. (Beting apud VIEIRA, 1991 p.122-3).

Segundo Joelmir Beting, a figura do âncora deriva de uma cultura americana que necessita de uma “grande estrela” e na qual o triunfo individual carrega extrema importância, diferentemente do que acontece no jornalismo brasileiro. Para o jornalista, no nosso país a valorização ao trabalho em equipe se sobrepõe ao indivíduo e a “luz própria” não seria respeitada pela empresa. Quando é o jornalista que fala e não a empresa, ele pode ficar fora do controle político e não comprometer o trabalho em equipe, mas no Brasil, “essa luz própria” não se ganha, ao contrário, deve ser arduamente conquistada. Ainda para Beting, “o âncora é então um americanismo num caldo de cultura de rejeição, não vai longe e não funciona”. (VIEIRA, 1991).

Os atores da bancada

Diferente dos profissionais de outros veículos de comunicação, os apresentadores de telejornais estão em constante exposição. Presentes no imaginário da população, despertam a curiosidade e a empatia do público. De acordo com Yvana Fechine (2008, p.2), o público passa a ver o apresentador como alguém que ele conhece, que sabe “das experiências, das opiniões e preferências pessoais”. Além disso, a força carregada pelos que estão à frente da bancada influencia na credibilidade do jornal, que está diretamente ligada à confiança que os espectadores depositam nos apresentadores.

[...] Estes profissionais possuem um papel fundamental nos telejornais, devido a sua interação com o público. A forma de se expressar, a aparência, o estilo [...] segue a linha editorial do programa e o torna íntimo dos telespectadores, fortalecendo a credibilidade das notícias. (CARDOSO, CHINELATO e COUTINHO, 2013, p.3)

Alguns apresentadores marcaram a história do telejornalismo. A empatia e a credibilidade gerada por eles diante do público foi fundamental para isso.

Eliakim Araújo e Leila Cordeiro assumiram a bancada do *Jornal da Globo* em 1986 e ficaram conhecidos como o “casal 20” da televisão, por serem casados e trabalharem no mesmo telejornal. O nome dado à dupla tornou-se marca registrada dos jornalistas. Em 1989, deixam a *Rede Globo* e passaram a aceitar apenas trabalhos em que continuassem juntos como o “casal 20”. Eliakim, sobre a saída da *Rede Globo*, declarou que independente da emissora que o contratasse eles não abririam mão do “marketing de casal” que haviam criado. Já Leila afirmou que “na TV, para acontecer, você precisa marcar. E nós marcamos como um casal”⁶.

Quando saíram do *Jornal da Globo*, Eliakim e Leila estrearam na *Rede Manchete* com bons índices de audiência, onde permaneceram até 1993. Segundo reportagem publicada na Folha de São Paulo⁷ a chegada do casal levaria mudanças ao telejornal para que tivesse “a cara dos novos locutores”.

Em 1993, os jornalistas foram para o SBT, onde protagonizaram uma briga em rede nacional, na qual Leila deu uma bronca em Eliakim. No entanto, o programa era gravado, e possivelmente, foi um erro do editor. Com o fim do SBT Notícias, o casal foi convidado pela CBS para apresentar um telejornal no o *CBS Telenotícias*, primeiro canal internacional de notícias em língua portuguesa.

Leila e Eliakim já se aproximavam da audiência fazendo com que esta se projetasse e se identificasse com o casal na bancada. Construíram uma imagem de credibilidade por

⁶ Entrevista à Folha de São Paulo, 1989.

⁷ Em 23 agosto de 1989, página 3

meio da intimidade que tinham. Uma propaganda do Jornal da Manchete utilizava a frase “mais do que nunca a intimidade com a notícia”⁸.

Apesar da grande empatia do casal 20, não é possível compará-la a dos apresentadores que passaram pelo *Jornal Nacional* da Rede Globo. O primeiro deles, Cid Moreira, permaneceu quase três décadas à frente do programa e dividiu a apresentação com outros jornalistas, entre Hilton Gomes, Sérgio Chapelin e Celso Freitas.

Com o fim do Repórter Esso em 1970, o *Jornal Nacional* que completava um ano no ar, passou a ser a grande estrela do telejornalismo no Brasil. E a escolha dos apresentadores era feita com cuidado, homens de boa aparência e com um timbre de voz bom garantiam a audiência do público feminino que assistia as novelas da emissora. Assim como disse José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o então vice-presidente de operações da Rede Globo:

Eu achava que, além da correção, da boa voz, do timbre bonito, os nossos telejornais ganhariam muito com a presença de apresentadores de boa aparência. Isto era parte de uma tática: a de fazer com que o nosso público de novela, predominantemente feminino, fosse atraído pelos nossos telejornais (In MELLO E SOUZA, 1984, p.77)

Cid Moreira foi a escolha perfeita durante 27 anos. De acordo com Rezende (2000, p.114), o jornalista foi o “símbolo da filosofia do *Jornal Nacional*, papel que cumpriu com eficiência irretocável e prestígio popular inabalável”.

Em 1995 a Rede Globo encomendou uma pesquisa a fim de descobrir como estava a imagem de Cid Moreira vista pelos telespectadores e saber quais apresentadores eram mais conhecidos e quais tinham maior credibilidade. Já com especulações sobre a troca de cadeiras na emissora, uma reportagem da Revista Veja daquele ano, afirmava que “a posição da cúpula da emissora é de que se der Cid Moreira na cabeça, não haverá mudanças”⁹

Com 77 por cento das preferências na pesquisa, Cid Moreira se destacou como o jornalista mais lembrado e com maior credibilidade no país. Apesar disso, a mudança nas cadeiras no *Jornal Nacional* foi inevitável e o motivo foi a transformação do telejornalismo brasileiro da época.

Segundo Rezende (2000, p.132), o êxito do âncora Boris Casoy indicava a necessidade de um renovação no modelo de telejornalismo no país, valorizando o trabalho de jornalista como apresentador de notícias, o que desconstruía a figura do locutor. E em

⁸ Propaganda no Jornal *Folha de São Paulo*, 30 ago. 1989

⁹ Revista *Veja*, 22 de março de 1995, página 96.

abril de 1996, os símbolos do maior telejornal do país, Cid Moreira e Sergio Chapelin, se despediram do JN dando lugar ao casal de jornalistas Willian Bonner e Lillian Witte Fibe.

Uma troca arriscada, já que Cid Moreira ficou muito tempo na apresentação e já tinha sua imagem associada ao telejornal. Para os espectadores, acostumados com a famosa voz grave e os cabelos brancos do antigo apresentador, foi uma alteração drástica. Por outro lado, pela primeira vez uma mulher assumia a apresentação do telejornal, que até então era ocupado apenas por homens. Com a mudança é possível perceber que os valores da sociedade, em que a mulher lutava pela equiparação salarial, estavam se refletindo no *Jornal Nacional*. (CARDOSO, CHINELATO e COUTINHO, 2013, p.9)

Em 1997, o mais importante noticiário do país começou a apresentar queda nos índices de audiência. Porém, pesquisas apontavam que os espectadores já estavam adaptados com a troca de apresentadores, e diziam que Bonner era a versão mais jovem de Cid Moreira e que Lillian transmitia credibilidade, mas não era considerada empática aos olhos da audiência.

Lillian Witte Fibe não se adaptou a linha editorial do *Jornal Nacional* e permaneceu por lá por apenas dois anos. Para a jornalista, o telejornal deveria se aprofundar nas notícias, destacando política e economia, assim como fazia no *Jornal Globo*, antes de ir para o horário nobre. Lá, Lillian “consolidou seu estilo e fazia comentários que incluíam certa ironia e expressões animadas por um toque sutilmente malicioso”¹⁰

Com a saída de Lillian Witte Fibe, a volta de dois apresentadores homens ao *Jornal Nacional* foi cogitada, mas a direção da Globo optou por manter o modelo do casal. Fátima Bernardes assumiu a bancada acompanhando seu marido, Willian Bonner, e em pouco tempo conquistou a simpatia dos telespectadores.

Com o casal dividindo a apresentação, “a Globo investiu na estratégia de fidelização da audiência mostrando-os como exemplo de um casal perfeito, assunto bastante explorado pelas revistas de fofocas da TV (...)”. (PORCELO; RAMOS, 2012, p.215)

Fátima e Willian se transformaram na marca do telejornal e com a imagem de casal modelo habitavam no imaginário da audiência e despertavam a curiosidade dos espectadores. Segundo Hagen (2006, p.2), “se os telejornais passam a ocupar um espaço basilar na produção de informações, os apresentadores também ganham um novo status. Alçados à categoria de estrelas, jornalistas têm a vida devassada em revistas e jornais (...). Deixam de ser os produtores da informação para ser a própria notícia”.

¹⁰ Revista *Veja*, 11 fevereiro de 1998.

E a vida do casal foi diversas vezes explorada pela mídia. O corte de cabelo de Fátima, as viagens feitas nas férias e os filhos trigêmeos eram frequentemente comentados pelas revistas de fofoca. O estrelato vivido pelos apresentadores contradizia com a busca pela proximidade da audiência. E por essa constante busca por estar próximo do público, o telejornalismo passou a fazer com que os jornalistas começassem a sair do estúdio e apresentar o telejornal de fora.

Em uma dessas situações, o *Jornal Nacional* exibiu a “Caravana JN”. Na cobertura das eleições para presidente e governadores de 2006, Pedro Bial visitou 27 estados de cinco regiões do país. A cada quinze dias, nas segundas-feiras, Pedro Bial ganhava a companhia de Willian Bonner ou de Fátima Bernardes. Quando um estava na caravana, o outro ancorava o jornal do estúdio no Rio de Janeiro. Para Fachine (2006), na tentativa de alcançar o efeito de presença, “os telejornais brasileiros têm buscado cada vez mais estratégias que produzem um efeito de continuidade espacial entre o estúdio e a rua”.

E essa prática se tornou comum, não só entre Fátima e Bonner no *Jornal Nacional*, mas também em outros noticiários. Em um episódio trágico em Santa Maria, no Rio Grande do Sul, muitas pessoas morreram queimadas em um incêndio em uma boate. Além de Willian Bonner, a jornalista Sandra Annerberg também apresentou o telejornal do local da tragédia.

A apresentadora do *Jornal Hoje*, junto com o seu parceiro de bancada, Evaristo Costa, também protagonizam cenas que foram amplamente comentadas pelos usuários da internet e por outros veículos de comunicação. De acordo com Silva (2009), o *Jornal Hoje* possui apresentadores que possuem entrosamento e mantêm no noticiário um estilo “inovador, leve e descontraído”, além disso, conduzem o programa jornalístico de maneira espontânea e natural.

Para Fachine (2008), ocorreram grandes transformações na postura e perfis dos apresentadores nos últimos anos. Os novos estilos, como o do apresentador descontraído, que faz brincadeiras em frente às câmeras e comenta sobre comportamentos pessoais, semelhante aos apresentadores do *Jornal Hoje*, se aproxima do público ao compartilhar experiências, opiniões e preferências.

Em uma edição, no encerramento do telejornal, Sandra derrubou uma caneta e se despediu rindo enquanto Evaristo alcançou o objeto no chão. A situação foi alvo de comentários e tornou-se o assunto da semana entre a audiência do programa. Além disso, revistas e sites de fofoca noticiaram o ocorrido, lembrando também do que aconteceu com a

apresentadora do *Jornal Nacional*, Patrícia Poeta, quando foi flagrada fazendo exercícios de voz.

Outro momento protagonizado por Sandra Annenberg foi um comentário feito por ela em uma edição do telejornal em 2011, quando a entrada ao vivo da repórter Monalisa Perrone foi interrompida por dois homens. Sandra ficou assustada com o acontecido e ao voltar para o estúdio comentou que o ato foi “deselegante”. A palavra tornou-se praticamente um bordão, que passou a ser repetida por muitas pessoas e ficou associada a uma imagem simpática da apresentadora.

Considerações finais

Com esse estudo é possível entender e ressaltar o papel exercido pelos apresentadores no telejornalismo brasileiro. O apresentador sempre foi importante dentro do noticiário, desde o surgimento, quando estes migraram do rádio, sua imagem já causava identificação no telespectador. Identificação essa que acaba por influenciar na credibilidade construída pelo telejornal, que por vez está ligada à confiança e a simpatia que a audiência coloca naquele que está por de trás da bancada.

A força do apresentador é tamanha que sua imagem é frequentemente associada à imagem do telejornal que apresenta. Um dos motivos pelo qual as emissoras têm cuidado ao escolher um apresentador. Suas experiências, seu discurso e características pessoais influenciam na construção e consolidação do perfil do noticiário.

No entanto, a figura do apresentador por vezes torna-se mais importante que a própria informação. Seu discurso, sua aparência e suas características pessoais chamam mais a atenção do espectador do que a notícia dada. Essa visibilidade dos jornalistas de televisão pode fazer com que o próprio jornalista vire a notícia, situação que faz com que os donos da bancada sejam alçados ao título de celebridade, estampando capas de revistas e sendo alvo do interesse público pela sua vida privada.

Referências bibliográficas

CARDOSO, Letycia Moreira; CHINELATO, Sabrina Henriques; COUTINHO, Iluska Maria da Silva. **As mudanças na bancada do *Jornal Nacional***. Trabalho apresentado no GT de Jornalismo, integrante do 9º Encontro Nacional de História da Mídia. Juiz de Fora, 2013.

CASOY, Boris. O carisma do âncora In: Rezende, Sidney e Kaplan, Sheila (orgs.). **Jornalismo eletrônico ao vivo**. Petrópolis, Vozes. P. 33-41.

GAMA, Maurício Loureiro. **Entrevista** à pesquisadora Flora Neves, São Paulo, set. 1999.

FECHINE, Yvana. **A nova retórica dos telejornais: uma discussão sobre o éthos dos apresentadores**. Trabalho apresentado ao GT Estudos de Jornalismo do XVII Encontro da Compós. São Paulo, 2008.

_____ **Configurações espaciais no telejornal**. Associação Brasileira em Jornalismo (sbpjour), 2006. Disponível em: http://sbpjour.kamotini.ghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/ind_yvana_fechine.pdf

FIGUEIREDO, Armando. **Entrevista** à pesquisadora Flora Neves, São Paulo, set. 1999.

KAPLAN, Sheila e REZENDE, Sidney (org.). **Jornalismo eletrônico ao vivo**. Petrópolis: Vozes, 1994.

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

MELLO E SOUZA, Cláudio. **15 anos de história: o mais completo depoimento sobre a televisão e o telejornalismo no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Gráfica, 1984.

PACHECO, Verônica Rodrigues; SANT'ANA, Diana Aparecida. **Jornal Nacional – O fim da era Cid Moreira**. Juiz de Fora: 1998.

PORCELLO, Flávio e RAMOS, Roberto; In Flávio Porcello, Alfredo Vizeu e Iluska Coutinho (orgs.), **O Brasil (é)ditado**. Florianópolis: Insular, 2012.

REZENDE, Guilherme Jorge. **Telejornalismo no Brasil**, um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

SILVA, Camila Pérez Gonçalves da. **Âncora: posturas e evolução de uma atividade jornalística**. Revista temática. Paraíba: insite.pro.br, 2009. Disponível em: http://www.insite.pro.br/2009/Junho/ancora_telejornalismo_camila.pdf

SOUZA, Florentina das Neves. **Alguns Momentos dos 50 anos do Telejornalismo no Brasil. 2000**. 179 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

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

TÁVOLA, Artur da. **Os cinco marcos na história do telejornalismo no Brasil.** O Globo, Rio de Janeiro, 30 ago. 1977. País. p.4

VIEIRA, Geraldinho. **Complexo de Clarck Kent: são os super-homens os jornalistas?** São Paulo: Summus, 1991.