

A mulher âncora no SBT Brasil

RESUMO

Este artigo objetiva organizar, coletar, aferir e interpretar as informações e resultados obtidos por meio de análise de conteúdo. Na metodologia, utilizamos também critérios de noticiabilidade. Com os métodos utilizados, o estudo trouxe à luz características do âncora e a real participação da mulher âncora no telejornal noturno SBT Brasil. Dessa forma, o trabalho comprovou que o SBT, além de ter utilizado o telejornalismo norte-americano como parâmetro, fornece a liberdade editorial às mulheres âncoras na bancada do SBT Brasil. Em alguns casos, a mulher âncora atingiu uma maior participação do que o homem âncora. Situação diferente da vivenciada pela norte-americana Barbara Walters, a primeira mulher âncora do telejornalismo, que chegou a esse posto apenas em 1976 na rede ABC. O estudo ainda buscou enriquecer a escassa bibliografia a respeito do tema, além de defender a maior participação da mulher jornalista brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: Mulher âncora. Telejornalismo. SBT Brasil. Análise de conteúdo. Critérios de noticiabilidade.

Pedro Henrique Costa Krüger
phck@outlook.com
Universidade Federal de Pelotas
(UFPEL), Pelotas, Rio Grande do Sul,
Brasil.

Michele Negrini
mmnegrini@yahoo.com.br
Universidade Federal de Pelotas
(UFPEL), Pelotas, Rio Grande do Sul,
Brasil.

INTRODUÇÃO

A leitura do livro *A arte de entrevistar*, escrito pela jornalista Barbara Walters – reconhecida como uma brilhante entrevistadora dos EUA –, foi o ponto de partida para os questionamentos a respeito do surgimento do âncora (e mulher âncora) e seus papéis dentro do telejornal. Na produção autobiográfica, Walters narra com detalhes sua carreira jornalística, suas dificuldades pessoais e profissionais, além das barreiras que precisou enfrentar para atingir o que apenas os jornalistas do gênero masculino tinham acesso até então. Tais questões sobre as dificuldades enfrentadas pelas mulheres jornalistas no Brasil surgiram e não foram respondidas em posteriores leituras, portanto este trabalho tenta elucidá-las.

Barbara Walters foi a primeira mulher âncora da história do telejornalismo. Esse fato histórico para o jornalismo ocorreu na rede American Broadcasting Company (ABC), em 1976. Barbara foi, naquele momento, coâncora do ABC Evening News, noticiário noturno que já contava com a ancoragem do famoso jornalista Harry Reasoner. Porém, as dificuldades ainda eram muito grandes, pois “[...] havia a crença de que apresentar notícias sobre política, guerra e desastres naturais não seria algo levado a sério se feito por uma mulher” (WALTERS, 2009, p.111).

Por coincidência, o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) assumiu em seu Manual de Telejornalismo, do ano de 1989, que adotou o modelo de jornalismo da ABC para a produção de seus telejornais, segundo Squirra (1993). Será que a utilização (inédita) da mulher âncora pela rede ABC, que é o que mais interessa ao presente estudo, contribuiu para que o SBT, aqui no Brasil, também ousasse à época? Ou as mulheres-âncora brasileiras tiveram limitado o seu leque de assuntos em relação à ancoragem, independentemente dos avanços conquistados por Barbara Walters?

Tais dúvidas inspiraram este trabalho, além de servirem como base para os questionamentos principais. Este estudo, portanto, tem a ambição de elucidar as características da mulher âncora do telejornal SBT Brasil, analisar o papel do SBT na inserção do âncora na televisão brasileira e contribuir para o enriquecimento bibliográfico a um tema pouco estudado até então. Buscar-se-á, por fim, este que é o objetivo principal deste trabalho, identificar se a mulher âncora do SBT Brasil apresenta ou não informações que contemplem número semelhante de critérios de noticiabilidade se comparado às informações divulgadas pelo âncora.

Como amostra, tomou-se três edições do telejornal SBT Brasil, veiculadas em anos diferentes e ancoradas por seis jornalistas diferentes (três homens e três mulheres). A escolha das edições levou em consideração a presença das mulheres-âncora, incluindo uma das mais lembradas atualmente, Rachel Sheherazade, por suas destacadas participações no telejornal. Vale ressaltar, porém, que o poder de escolha foi limitado por questões técnicas. Todas as edições citadas foram retiradas integralmente do canal de vídeos YouTube, acessados pela última vez no mês de outubro de 2014.

ÂNCORA

O âncora nada mais é do que o apresentador do telejornal, ou até mesmo o editor-chefe, principalmente quando pensamos no âncora do telejornalismo norte-americano. Inclusive foi nesse país que o apresentador recebeu o nome “anchorman”: o âncora (SQUIRRA, 1993).

A primeira mulher âncora só foi surgir em 1976, quando Barbara Walters saiu da NBC para assinar contrato com a ABC. Walters fora, naquele momento, coâncora do ABC Nightly News, noticiário noturno que já contava com a ancoragem do famoso Harry Reasoner.

Não foi o dinheiro que me fez capitular. Eu já estava ganhando perto disso na NBC. Foi a história oferta para que eu me tornasse a primeira mulher realmente co-âncora em um noticiário. Tratava-se de algo jamais visto e que eu nem sequer havia considerado antes. A posição de grande prestígio sempre havia sido um bastião masculino, porque havia a crença de que apresentar notícias sobre política, guerra e desastres naturais não seria algo levado a sério se feito por uma mulher (WALTERS, 2009, p.111).

Essa conquista de Barbara Walters e, de quebra, de todas as mulheres, foi suficiente para alimentar um novo debate no centro da comunicação norte-americana. Ela foi contratada para encorpar a divisão de jornalismo da ABC, que, na época, tinha o terceiro lugar nas pesquisas de opinião, mas distante das líderes CBS e NBC (WALTERS, 2009). A emissora acreditava que Barbara Walters atrairia a audiência feminina em razão de sua presença na bancada do telejornal noturno.

Uma das maiores novidades proporcionadas pelo novo contrato com a ABC era o fato de que Walters seria consultada quando um novo produtor ou âncora fosse contratado, e ainda teria o direito de opinar sobre as matérias que fizesse o que antes era negado a ela e a todas as mulheres. As conquistas eram muitas, e a primeira âncora da história precisou ser encorajada pelo próprio agente. “Que acontecimento será esse! – ele proclamava. – Você estará fazendo história nos telejornais. Você estará mudando o mundo para outras jornalistas” (WALTERS, 2009, p.117).

Por fim, a nova âncora da rede ABC assinou um contrato que previa o salário de mais de US\$ 1 milhão ao ano. Foi criticada pelos outros âncoras e apelidada pela imprensa como a garota de um milhão de dólares. Alguns a classificavam ainda como a garota dos cinco milhões de dólares – em razão dos aumentos anuais e adicionais. Boa parte desses âncoras exigiram aumento às suas emissoras para equiparação salarial. Poucas vezes, especialmente de mulheres, saíram em defesa de Barbara.

Há, em minha paranoica e reduzida mente, a vaga suspeita de que a polêmica não chegaria tão longe e tão profundamente se a Sra. Walters fosse o Sr. Walters, escreveu a colunista Ellen Goodman, no Washington Post. Na mesma linha opinou Marianne Means, colunista da rede jornalística Hearst: A controvérsia sobre o contrato de cinco milhões de dólares de Barbara Walters como âncora do ABC Nightly News cheira a uvas que estão verdes... O verdadeiro escândalo não é que uma pessoa receba cinco milhões de dólares para exercer a função de coâncora, mas sim que se trate de uma mulher (WALTERS, 2009, p.121).

Essas mudanças foram primordiais para o acesso de outras mulheres à ancoragem de telejornais, dividindo pela primeira vez um espaço que antes era destinado somente aos homens.

No Brasil, a figura do âncora data da década de 70. “A primeira referência a um jornalista que supostamente teria atuado como âncora em um telejornal brasileiro” (SQUIRRA, 1993, p.118) só ocorreu na cobertura das eleições municipais de 1976. Nessa ocasião havia o registro de que, segundo Mello e Souza (apud SQUIRRA, 1993, p.118), “constava [...] uma sugestão importante: a utilização do repórter Costa Manso como uma espécie de ‘anchorman’”.

A obra de Squirra (*O Âncora no Telejornalismo Brasileiro*, de 1993) traz as primeiras referências da implementação de um âncora à *la* Estados Unidos da América. Surgiu no SBT, que tinha em seu Manual Provisório de Telejornalismo do SBT (1989), “condensações de manuais de jornalismo das redes ABC e NBC”, justamente as emissoras nas quais Barbara Walters trabalhou.

No Brasil, Boris Casoy é considerado o primeiro âncora e começou atuando pelo SBT. Apesar de ter se inspirado no modelo adotado nos Estados Unidos, Casoy também emitia suas opiniões, o que divergiu e inovou se comparado aos âncoras norte-americanos. Casoy, assim como a maioria na época, também começou no rádio até chegar à tela dos televisores brasileiros. Aos 15 anos de idade concorreu e conseguiu uma vaga para trabalhar como locutor esportivo, aos sábados e domingos, na Rádio Piratininga de São Paulo. Depois migrou para a Rádio Difusora Hora Certa de Santo Amaro. Posteriormente, já com 19 anos, trabalhou na atual Jovem Pan. Mudou mais uma vez e tornou-se locutor noturno na Rádio Eldorado, permanecendo lá durante sete anos. Durante todo esse período Boris Casoy cursou Direito no Mackenzie.

Começou a se interessar por política, o que veio a qualificá-lo para a carreira como jornalista anos mais tarde. Ainda trabalhou no jornal impresso antes de ser convidado, em 1988, para trabalhar no SBT. O Departamento de Jornalismo do SBT o questionava se queria ingressar num projeto novo que desejavam implementar na emissora. Em determinado momento perguntaram a ele: você conhece o que faz um âncora? (SQUIRRA, 1993).

De acordo com Boris, os jornalistas pretendiam criar a figura do âncora na televisão brasileira baseados na experiência norte-americana. E a escolha caiu sobre ele já que a nação tinha visto Boris atuar nos debates políticos na televisão. Casoy foi o jornalista que, nos debates com os candidatos à Prefeitura de São Paulo, em 1985, desfechou a célebre pergunta a Fernando Henrique Cardoso se ele acreditava em Deus. No mesmo debate, dirigiu nova pergunta a outro candidato, o ex-deputado (na época) Eduardo Suplicy, que não soube dizer o preço do pãozinho. Esta aparente agressividade desgostou muita gente mas serviu para projetar o jornalista como sério e durão (SQUIRRA, 1993, p. 153).

Boris aceitou o convite. O salário se multiplicou, além do novo desafio de fazer jornalismo, desta vez para a televisão. O formato utilizado, como visto anteriormente, foi baseado no estilo norte-americano, que “serviu de modelo e inspiração”, explica Casoy, e “teve até um momento que as pessoas queriam que eu recuasse, que não fizesse o comentário, para ficar mais próximo ao modelo norte-americano” (SQUIRRA, 1993, p.167). Porém, os comentários chegavam a

aumentar a audiência, fator importante para a sobrevivência do telejornal e atendiam a uma demanda do povo brasileiro, segundo Boris Casoy:

[...] os âncoras norte-americanos estão inseridos num contexto social, econômico e político muito diferente do brasileiro. [...] Eu faço tudo isso e ainda comento, e acho que isso é uma coisa que se adapta bem ao Brasil. A audiência brasileira de televisão é muito mais carente deste tipo de informação, da entrevista e documentário, do que a opinião pública norte-americana (SQUIRRA, 1993, p.166-167).

Essa liberdade concedida pelo SBT ao seu novo âncora no telejornal é muito interessante pois abriu espaço para novidades, como viriam a ser os comentários feitos por Casoy. Além disso, a assumida influência norte-americana, incluindo os canais ABC e NBC, torna possível a reflexão acerca da real interferência no modo de atuar das mulheres âncoras na emissora brasileira.

Depois de Boris Casoy novos âncoras surgiram. Com funções semelhantes ou não, nomes importantes para o telejornalismo brasileiro se formaram, como Carlos Nascimento, que estreou como âncora na TV Cultura, em 1988, no Jornal da Cultura; Marília Gabriela, talvez a primeira mulher âncora brasileira, que esteve à frente do Jornal Bandeirantes, da Rede Bandeirantes, em 1987; Cid Moreira, que permaneceu nas bancadas do Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, de 1969 a 1996; também em 1996, a Rede Globo de Televisão escala William Bonner e Lílian Witte Fibe como âncoras do Jornal Nacional; posteriormente, Bonner dividiu a ancoragem com a sua então esposa, Fátima Bernardes, formando uma das duplas mais bem sucedidas do telejornalismo brasileiro.

CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

Quais e por que algumas informações são selecionadas para serem veiculadas no telejornal? No presente estudo essa pergunta vai ainda mais além: quais as notícias ficam a cargo da mulher âncora? As “menos importantes”? Quem define que notícia A é mais relevante do que a B? Traquina (2005b, p. 63) define esses critérios desta forma:

Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo ‘valor notícia’.

É dever do profissional, portanto, estar atento ao que ocorre ao seu redor, seguindo e respeitando implicitamente esse “conjunto de valores-notícia” na produção das notícias para que de algum modo contribua de forma significativa à sociedade.

As restrições ligadas à organização do trabalho (que originam acordos profissionais que legitimam, ou não, uma notícia, por exemplo) e a cultural profissional (compreendida como uma rede de estereótipos) são, para Wolf

(2003), dois elementos que originam essa produção da notícia – nela fica estabelecido o grau de relevância a partir desse conjunto de critérios.

Pode-se dizer também que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação, enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias. (WOLF, 2003, p.196)

Neste trabalho, os critérios de noticiabilidade auxiliarão na aferição de três edições do telejornal SBT Brasil em busca da real participação da mulher âncora na veiculação do programa jornalístico. Os critérios selecionados têm relação, em maior ou menor grau, à avaliação direta dos acontecimentos (TRAQUINA, 2005b; FRANCISCATO, 2005; ALSINA, 2009). Cabe destacar:

a) Objetividade: busca, fundamentalmente, garantir a credibilidade – através, por exemplo, da consulta a diversas fontes;

b) Instantaneidade: tem o objetivo de lançar as informações antes dos outros veículos, conhecido como “furo jornalístico”;

c) Periodicidade: refere-se à continuidade dos fatos/a cobertura completa;

d) Novidade: busca levar ao público o novo, informações atualizadas e contextualizadas;

e) Proximidade: quanto mais próximo o fato for do público mais identificação existirá, mas essa proximidade não é necessariamente apenas geográfica, mas também pode ser psicológica e social;

f) Relevância: quanto maior for o impacto dessa informação para a sociedade mais relevante ela é, respeitando, dessa forma, o interesse público.

Para a realização deste trabalho, todas as matérias veiculadas nos três telejornais selecionados foram analisadas. Em alguns casos mais de um critério de noticiabilidade foi identificado nas matérias, justificando inclusive a presença destas durante o programa jornalístico. Afinal, de acordo com Traquina (2005b), não há uma hierarquização muito clara a respeito de critérios sobre outros e, em uma mesma notícia, mais de um critério pode aparecer. Ele salienta ainda que a política editorial da emissora pode influenciar na forma de seleção e construção dessa notícia.

PERSPECTIVAS METODOLÓGICAS

Julga-se interessante fazer uma aferição qualitativa e, ao mesmo tempo, quantitativa para tentar identificar os critérios de noticiabilidade utilizados nas seguintes edições do telejornal SBT Brasil:

a) Edição do dia 24 de julho de 2010, apresentada pelo âncora César Filho e pela mulher âncora Karyn Bravo;

b) Edição do dia 6 de dezembro de 2013, apresentada pelo âncora Joseval Peixoto e pela mulher âncora Rachel Sheherazade;

c) Edição do dia 18 de abril de 2014, apresentada pelo âncora Marcelo Torres e pela mulher âncora Cynthia Benini.

Dessa forma será possível mensurar a quantidade de categorias (citadas previamente neste trabalho) em cada notícia apresentada pelas mulheres-âncora; esse dado será o subsídio para a comparação com a ancoragem feita pelos homens. A metodologia empregada é a análise de conteúdo.

A análise de conteúdo surgiu nos Estados Unidos no início do século XX com o objetivo, segundo Laurence Bardin (2009), de se tornar um novo instrumento de análise e interpretações de textos, como a hermenêutica, que se refere à interpretação de textos sagrados e/ou misteriosos. Porém, a técnica da análise de conteúdo evoluiu com o decorrer do tempo e passou a analisar também o que está inferido no texto jornalístico.

A Análise de Conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. [...] A intenção da Análise de Conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não) (BARDIN, 2009, p. 38).

A análise de conteúdo, em si, é feita em três fases. A primeira é a “pré-análise”. Nela são feitos todos os procedimentos para a organização da análise que será feita, como a elaboração de indicadores que irão guiar todo o processo de aferição, por exemplo, além do primeiro contato com o material – que, para Bardin (2009), são as “leituras flutuantes”.

A segunda fase consiste em “explorar os materiais”. No caso deste estudo, a categorização será feita para obter informações a partir de um esquema pré-definido, que serão as tabelas com os critérios de noticiabilidade. A terceira e última fase é dedicada ao “tratamento dos resultados”. É nessa etapa que os dados serão aferidos e interpretados. Bardin (2009) deixa claro que a interpretação tem que ultrapassar o que é imediatamente apreendido, pois ao pesquisador o interessante é o conteúdo latente, o sentido que há por trás.

Acredita-se que, através da Análise de Conteúdo, e após completadas as três etapas aqui elucidadas, se possa enfim identificar e apontar a real participação da mulher âncora no SBT Brasil.

A PARTICIPAÇÃO DA MULHER ÂNCORA NO TELEJORNAL SBT BRASIL

A partir de agora as três edições serão analisadas uma a uma. Os resultados obtidos por meio da Análise de Conteúdo serão distribuídos quantitativamente em tabelas. Os seus resultados, posteriormente, serão interpretados qualitativamente para tentar, dessa forma, identificar a real participação da mulher âncora no SBT Brasil.

Edição do dia 24 de julho de 2010

Na edição mais antiga dentre as selecionadas neste trabalho, a ancoragem foi feita à época pelo âncora César Filho e pela mulher âncora Karyn Bravo. O telejornal teve duração aproximada de 30 minutos. Essa edição abordou, por exemplo, a eleição presidencial no Brasil de 2010. A Tabela 1, a seguir, mostra o resultado da coleta e identificação dos critérios de noticiabilidade no telejornal.

CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE	CÉSAR FILHO	KARYN BRAVO
1. Objetividade	6x	5x
2. Proximidade	12x	8x
3. Novidade	16x	12x
4. Periodicidade	-	5x
5. Instantaneidade	-	-
6. Relevância	16x	12x
TOTAL	50	45

Tabela 1: Critérios encontrados nas informações repassadas pelos âncoras na edição do dia 24 de julho de 2010.

Os apontamentos a partir da análise de conteúdo revelam que os critérios mais utilizados durante todo o telejornal foram a “novidade” (31 vezes) e a “relevância” (28). O SBT Brasil tem o objetivo de mostrar como a notícia afeta o cidadão, conforme seu próprio site. Por conta disso, a “proximidade”, seja ela geográfica, psicológica ou social, apareceu 20 vezes.

Salienta-se que em nenhum momento foi possível identificar subjetividade na apresentação das informações por parte de César Filho ou de Karyn Bravo. Os âncoras não emitiram opiniões durante as chamadas ou no decorrer do programa. Tudo foi muito objetivo e pragmático nessa edição do telejornal SBT Brasil do ano de 2010.

César Filho foi quem iniciou o telejornal. Na escalada, as manchetes foram anunciadas de forma intercalada entre os apresentadores. É por conta disso que há um número elevado de critérios identificados nas falas dos âncoras – 95, ao total. Em muitos casos, ambos divulgam informações que compõem a mesma matéria. O que não garante, no entanto, que sejam identificados os mesmos critérios, ou ainda a mesma frequência desses critérios nesses enunciados.

No trecho a seguir é possível perceber o intercalar das informações:

A seleção brasileira deu um passo importante, neste sábado, rumo à Copa de 2014 [informação verbal]¹.

Depois do impasse que impediu Muricy Ramalho de assumir a Seleção, o país conheceu o novo técnico. É Mano Menezes, do Corinthians [informação verbal]².

As novas pesquisas eleitorais que foram relatadas àquela altura vão ao encontro dos dois critérios mais evidentes do telejornal, a “novidade” e a “relevância”. Foram apresentadas por César Filho no terceiro e último bloco do programa jornalístico (24/07/2010):

Os candidatos à Presidência, Dilma Rousseff, do PT, e José Serra, do PSDB, aparecem empatados tecnicamente na nova pesquisa do Instituto Datafolha, divulgada hoje [informação verbal].

Na mesma edição, a âncora Karyn Bravo anunciou matérias que possuíam menos critérios de noticiabilidade, ou seja, menor valor como notícia (TRAQUINA, 2005). Em um dos casos, Karyn apresentou um fato ocorrido nos Estados Unidos que apareceu no telejornal por apelar mais à curiosidade do que à crítica:

Um ladrão vestido como um personagem do cinema roubou um banco no interior dos Estados Unidos. O bandido entrou nessa agência em Setauket, no estado norte-americano de Nova Iorque, fantasiado de Darth Vader, vilão da série de filmes Guerra nas Estrelas. Depois de render os funcionários, o ladrão fugiu. Não foi divulgada a quantia em dinheiro que o Darth Vader da vida real levou da agência [informação verbal].

Karyn Bravo noticiou, no entanto, matérias com um grande conjunto de valores-notícia, como outra pesquisa eleitoral, a segunda veiculada no programa. Porém, os dados informados por ela se referiram aos candidatos a governador do Estado de São Paulo. A mulher âncora do SBT Brasil ainda apresentou a maioria das informações meteorológicas, inclusive a previsão do tempo para as principais cidades do país.

Não fosse a divulgação acerca da pesquisa eleitoral paulista, seria possível sugerir que Karyn Bravo viveu, nessa edição do telejornal, situação parecida com a vivenciada por Barbara Walters (2009), quando esta noticiava apenas as notícias “mais amenas”, ou seja, com menos valores-notícias se comparado aos homens.

Todavia ainda é cedo para qualquer conclusão a respeito da participação da mulher âncora no SBT Brasil. Ainda restam duas análises para que se chegue a uma interpretação mais concreta e confiável.

Edição do dia 6 de dezembro de 2013

O SBT Brasil veiculado no final do ano de 2013 foi apresentado pelo âncora Joseval Peixoto e pela mulher âncora Rachel Sheherazade. O programa teve duração de aproximadamente 36 minutos, divididos em três blocos.

A Tabela 2 traz os seguintes dados:

CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE	JOSEVAL PEIXOTO	RACHEL SHEHERAZADE
1. Objetividade	7x	6x
2. Proximidade	14x	18x
3. Novidade	13x	20x
4. Periodicidade	7x	5x
5. Instantaneidade	1x	1x
6. Relevância	11x	11x
TOTAL	45	61

Tabela 2: Critérios encontrados nas informações repassadas pelos âncoras na edição do dia 6 de dezembro de 2013.

Como é possível aferir na Tabela 2, Rachel Sheherazade apresentou um conjunto maior de valores-notícia (61, ao total) – ou seja, mais critérios de noticiabilidade - do que o seu companheiro de bancada, Joseval Peixoto (53). Os dados revelam ainda que a mulher âncora nessa edição teve mais do que simplesmente igualdade de participação no programa. Ela superou Joseval Peixoto e, como consequência, teve mais abertura para noticiar informações e emitir opiniões – o que será visto nos próximos parágrafos.

Além disso, a edição supracitada fugiu do habitual, tendo em vista que abordou durante a maior parte do tempo a morte do líder sul-africano Nelson Mandela. Uma série de reportagens foi exibida a respeito da sua vida e morte, além da Copa do Mundo de 2014 no Brasil, que também ganhou sensível destaque.

Da mesma forma que a primeira análise, que foi feita com a edição do ano de 2010, a edição de novembro de 2013 também teve a “novidade” como o critério que mais apareceu durante o programa jornalístico. O que mudou foi em relação à segunda posição, que passou a ser da “proximidade”.

O primeiro assunto do telejornal (06/12/2013) foi a Copa do Mundo de 2014 no Brasil. A participação subjetiva dos âncoras também iniciou cedo. Logo no primeiro minuto de exibição, Joseval Peixoto comentou a respeito da maior competição esportiva do planeta:

O Brasil deu sorte na definição dos grupos da Copa do Mundo na primeira fase. Vamos enfrentar Croácia, México e Camarões. Adversários que não assustam [informação verbal].

Na mesma edição do telejornal, a outra intervenção subjetiva, apresentada por Sheherazade, foi sobre a morte de Nelson Mandela:

Mandela estava destinado a líder de uma pequena tribo, mas escolheu ser líder de um povo inteiro. Radical, guerreiro, libertador. O jovem Madiba estava pronto para conduzir a luta armada contra o apartheid quando foi preso, julgado e condenado à prisão perpétua. O cárcere não o abateu. Converteu o rebelde guerrilheiro num revolucionário da paz. Foi no silêncio de sua cela que encontrou forças para resistir ao ódio, ao desejo de vingança e se tornar um sábio pacificador. Nos versos do inglês William Henley, Mandela encontrou a inspiração que precisava para transformar um país dividido numa nação. “Agradeço aos deuses que existem por minha alma indomável. Não importa quão estreito o portão. Quão repleta de castigo a sentença. Eu sou o senhor de meu destino. Eu sou o capitão de minha alma” [informação verbal].

Nota-se também a (quase) ausência de formalidade no SBT Brasil se comparado a outros telejornais nacionais do país. Além da subjetividade, já utilizada por Boris Casoy quando o conceito de âncora ainda não havia se espalhado na prática pelo Brasil, o programa de dezembro de 2013 pareceu querer se aproximar do telespectador de alguma forma. Criar, diga-se, algum tipo de identificação. Talvez por isso tenha sido tão alta a presença da “proximidade”.

Foi no terceiro e último bloco que a formalidade foi deixada de lado por completo. Foi dedicado quase que exclusivamente à Copa do Mundo, e o encerramento do programa ocorreu com mais opinião e conversa entre os âncoras e o repórter esportivo.

Bruno, você viu que todo mundo acha “barbada” a primeira fase do Brasil? Tivemos até um brasileiro que acha que vai ser jogo treino (informação verbal)³.

Bom, enfim a festa começou. As 32 melhores seleções do mundo já conhecem os adversários para o maior espetáculo do esporte profissional da Terra. A história das copas vem do fundo da própria história: 1930. Essa será a vigésima edição. Só o Brasil esteve em todas as copas. Só o Brasil é pentacampeão do mundo. Temos algumas angústias no meio dessa história. A desclassificação de 38, com o pênalti de Domingos da Guia em Viola, que não existiu. A bola estava fora de campo e o juiz marcou pênalti. As lágrimas de 50, no Maracanã, com a derrota aos uruguaios. E aquela misteriosa goleada dos argentinos diante do Peru por 6 a 0. Mas tudo isso é passado. Nelson Rodrigues dizia que cada jogo tem uma história e essa história jamais se repete. E dizia também que a seleção brasileira é a pátria com a chuteira nos pés. Para o brasileiro, o negócio é o seguinte: é nós na fita. Não tem pra ninguém (informação verbal)⁴.

O maior aparecimento da “novidade” e “proximidade”, que supera em dez momentos a “relevância”, demonstrou que a edição de dezembro de 2013 tinha o objetivo de levar ao público telespectador mais notícias que estimulavam a curiosidade e o estranho em detrimento de uma maior relevância. A mulher âncora também teve, de acordo com a análise de conteúdo, mais espaço para a apresentação das matérias e cobriu a maior parte delas. Da mesma forma que a primeira edição analisada, os âncoras também intercalavam durante a apresentação do conteúdo do telejornal.

Edição do dia 18 de abril de 2014

A edição mais nova dentre as selecionadas para este trabalho foi apresentada pelo âncora Marcelo Torres e pela mulher âncora Cynthia Benini. O programa teve duração de aproximadamente 34 minutos e abordou, durante boa parte do telejornal, a páscoa e a Copa do Mundo de 2014 no Brasil. Os critérios identificados na participação dos âncoras estão na tabela e gráfico abaixo.

CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE	MARCELO TORRES	CYNTHIA BENINI
1. Objetividade	3x	3x
2. Proximidade	11x	11x
3. Novidade	18x	21x
4. Periodicidade	2x	2x
5. Instantaneidade	1x	1x
6. Relevância	8x	9x
TOTAL	43	47

Tabela 3: Critérios encontrados nas informações repassadas pelos âncoras na edição do dia 18 de abril de 2014.

A Tabela 3 aponta que a mulher âncora agregou um conjunto maior de valores-notícia do que o seu companheiro de bancada. Cynthia, em sua participação no telejornal, alcançou 47 critérios, enquanto que Marcelo Torres apenas 43. A distância foi pequena, é verdade, porém fez toda a diferença para o andamento do programa jornalístico. Cynthia Benini teve maior participação do

que tinha Barbara Walters, por exemplo, o que refletiu na ancoragem de matérias importantes que pautaram inclusive a violência contra a mulher.

E a matéria a respeito da violência contra a mulher foi um dos momentos mais importantes do telejornal. Ocorreu quando Cynthia Benini agregou a sua opinião no momento em que chamou uma matéria que relatava a morte de uma mulher, crime que teria sido cometido pelo ex-namorado:

A polícia de São Paulo registrou hoje um crime passionai que poderia ter sido evitado se a lei Maria da Penha tivesse uma aplicação eficiente na prática [informação verbal].

Analisando os resultados anteriores, a “novidade” e a “proximidade” foram mais uma vez os critérios que mais se destacaram durante a apresentação do telejornal. A matéria que mais englobou esses dois critérios foi uma em que a mulher âncora, Cynthia Benini, se comunicou diretamente com o telespectador. Em razão principalmente do caráter comportamental e de serviço do conteúdo divulgado, como se pode ver no seguinte trecho:

Atenção, pais e mães de todo o Brasil. Vocês, e você, Marcelo, já ouviram falar na brincadeira do desmaio? [informação verbal].

Marcelo Torres ainda deu sequência ao diálogo para chamar a matéria:

Pois é, Cynthia. É uma moda perigosa entre adolescentes de todo o país. A Livia Raick mostra o perigo que é (informação verbal).

Durante a escalada, os dois apresentadores intercalaram ao anunciar as principais manchetes do SBT Brasil. A prática se repetiu em muitos momentos, gerando inclusive diálogos entre âncora e mulher âncora. Eles também dividiram em muitos momentos o mesmo enunciado. Como o telejornal foi em meados de abril de 2014, um dos temas abordados foi a Páscoa – e por duas diferentes perspectivas.

Marcelo Torres chamou a matéria que trouxe o ponto de vista comercial da data. Cynthia Benini afirmou:

Apesar de todo o apelo comercial, a tradição dos ovos de chocolate na páscoa também está na religião [informação verbal].

O âncora complementou a informação antes de prosseguir com o conteúdo da matéria.

E olha, Cynthia, com fé ou não, dá para conseguir bons descontos de última hora, viu? [informação verbal].

A segunda perspectiva a respeito da Páscoa foi apresentada somente por Cynthia Benini:

E vamos voltar a falar da Páscoa. 30 mil pessoas por dia passaram no Mercado Municipal de São Paulo esta semana à procura do bacalhau para o feriado. E se na última hora o prato principal faltar não se preocupe. Existe alternativa para a bacalhoadá.

Nota-se que a primeira abordagem sobre a Páscoa, dividida entre os dois âncoras em um primeiro momento, foi mais relevante do que a segunda porque abrangeu economia, por exemplo, além de dados atualizados (novidade) e consulta a fontes especializadas (objetividade). A segunda perspectiva sobre o mesmo tema teve um caráter mais de serviço do que interesse público, contendo um conjunto menor de valores-notícia e menos importância, conseqüentemente.

ANÁLISE GERAL DAS TRÊS EDIÇÕES DO SBT BRASIL

A novidade (34%), a proximidade (25) e a relevância (23%) foram os critérios que mais apareceram durante as análises dos telejornais. A televisão é um suporte que exige a veiculação de informações novas e atualizadas, por isso houve frequência tão grande da novidade no SBT Brasil. É bem provável que a novidade seja sempre o primeiro dentre os critérios quando o suporte analisado for a televisão. O mesmo vale para o rádio.

Importante notar também que o maior aparecimento da proximidade e da relevância vai ao encontro do que reporta a descrição do telejornal no site oficial da emissora:

As principais matérias apresentadas no dia são acompanhadas de informações complementares para o telespectador. O telejornal procura sempre dar uma abordagem comportamental e de serviço, mostrando como aquilo afeta o cidadão.

Afinal, são justamente esses critérios que talvez interessem o maior número de pessoas. Garantir informações relevantes à população colabora com ela para que se “defenda” de todas as dificuldades, além de garantir a ela o que é seu de direito: o acesso à informação. Da mesma forma a proximidade, que, como vimos, não corresponde apenas à proximidade geográfica, mas também à social e à psicológica.

O telejornal seguiu de modo geral um padrão em todas as três edições e os âncoras participaram e interagiram entre si no chamamento das matérias. Em todas as edições selecionadas e analisadas quem começou a ancoragem do telejornal foi o homem, mas isso não resultou em mais destaque, pode-se dizer assim, ao âncora em detrimento da participação da mulher âncora. Pelo contrário, a mulher âncora englobou conjunto maior de critérios de noticiabilidade do que o âncora em duas das três edições analisadas.

As mulheres âncora do SBT Brasil mostraram-se, segundo as três edições aferidas, participativas durante todo o tempo de apresentação, além de assumirem a ancoragem de temas importantes e relevantes. Também não fugiram à regra no que diz respeito aos momentos em que a subjetividade ganhou espaço no telejornal - e por consequência também fizeram uso deste.

O SBT Brasil mostrou-se um telejornal que deseja e abre espaço a um conteúdo de caráter mais subjetivo. Dentre as edições analisadas, apenas o telejornal exibido em meados de 2010 não utilizou desse recurso, pois César Filho e Anelise de Oliveira não emitiram opiniões. Por conta disso, ao contrário das outras duas edições, esse telejornal teve como critérios majoritários a novidade e a relevância. Foi o único, inclusive, que teve a relevância à frente da proximidade.

A objetividade, por outro lado, foi um dos critérios menos identificados nas três edições – em apenas 10% das notícias o critério foi encontrado. Uma das razões para esse dado, como foi visto, é a grande participação subjetiva dos âncoras. Suas opiniões são manifestadas em menor ou maior grau, chegando ao ápice com os comentários feitos pelos apresentadores. Destaca-se a mulher âncora Rachel Sheherazade, que, dentre todos os âncoras, é quem mais tem espaço e o utiliza para esse tipo de participação.

A participação da mulher âncora foi maior em duas das três edições, tendo em vista a metodologia adotada que apontou a frequência dos critérios de noticiabilidade na ancoragem do âncora e da mulher âncora. O destaque foi Rachel Sheherazade que durante a ancoragem, na edição do dia 6 de dezembro de 2013, noticiou informações que contemplaram todos os critérios de noticiabilidade, com destaque para a “novidade” (33 vezes) e a “proximidade” (32 vezes).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Barbara Walters se tornou a primeira mulher âncora quando se transferiu para ABC à frente da bancada do ABC Evening News, no final da década de 70. No Brasil o SBT planejava investir pesado no jornalismo da emissora e convidou Boris Casoy, em 1988, para ser o seu âncora. Função baseada no modelo norte-americano. Como viu-se neste trabalho, o SBT trazia em seu Manual de Telejornalismo de 1989 que o jornalismo dos canais ABC e NBC serviriam de parâmetro para a nova fase jornalística da emissora brasileira. Casoy ainda agregaria opinião à ancoragem. Toda essa linha do tempo, resumida em poucas palavras, nos traz até o SBT Brasil, que foi colocado no ar em 2005.

Com todas essas questões, entre elas a estreia de uma mulher à frente do principal telejornal de uma das mais poderosas emissoras norte-americanas, o investimento do SBT em jornalismo inspirado no modelo aplicado na América do Norte, e ainda a introdução da subjetividade à ancoragem brasileira, poderiam fazer do SBT Brasil o telejornal ideal para a mulher âncora ganhar o merecido espaço e credibilidade na televisão brasileira. Para isso, porém, seria preciso fazer um maior levantamento histórico e a coleta e análise de dados a partir de uma metodologia pré-definida.

Após a realização deste estudo foi possível notar que a participação feminina na bancada do SBT Brasil foi maior em duas das três edições analisadas, conforme o aparecimento dos critérios de noticiabilidade no que foi ancorado.

Diferente do que foi vivenciado por Barbara Walters, quando matérias com menos relevância e não factuais eram deixadas a ela, o SBT Brasil distribuiu aos dois âncoras da bancada a responsabilidade de informar o telespectador sobre todas as pautas do programa, que podem ser com mais ou menos valores-notícia. A meteorologia, por exemplo, ou ainda conteúdos que mais instigam o interesse do público ao invés do interesse público, não são mais exclusivos da mulher âncora. Pelo menos nas três edições do SBT Brasil analisadas.

Pode-se afirmar que o SBT Brasil, após a interpretação dos dados obtidos da aferição de três edições de diferentes anos (2010, 2013 e 2014) e âncoras, utiliza de forma semelhante os dois apresentadores durante a exibição do programa – salienta-se, no entanto, que a mulher âncora ainda obtém maior participação no telejornal.

O caráter subjetivo da participação dos âncoras também é relevante porque, como viu-se neste trabalho, começou com Boris Casoy também no SBT. E esse interesse do telejornal em abordar algumas pautas com a inclusão de opinião, que são emitidas pelos âncoras, abriu mais espaço à participação da mulher âncora. Destaca-se Rachel Sheherazade que, na edição analisada do ano de 2013, teve por duas vezes um tempo dedicado no programa para a exposição de sua opinião.

As análises também apontaram que a novidade, nas três edições somadas, teve frequência de 34%, enquanto que a proximidade 25% e a relevância 23%. A novidade aparece à frente de todos os critérios porque a televisão exige informações novas, atualizadas, contextualizadas, porque o telespectador não tem como escolher o que vai aparecer no telejornal. Todo o conteúdo é previamente escolhido nas reuniões de pauta com a equipe de produção do telejornal, portanto é importante que o programa repasse as informações mais atuais possíveis.

A proximidade ter sido o segundo critério mais frequente comprova e vai ao encontro do objetivo do jornal, que é explicitado no site da emissora, que é de se aproximar do público, seja de modo geográfico com as matérias produzidas, ou ainda socialmente ou psicologicamente, levando ao telespectador uma “análise comportamental e de serviço”.

Inclusive os âncoras se dirigiram diretamente aos telespectadores em muitos momentos antes de chamarem uma matéria. A relevância também esteve dentro dessa lógica, pois quanto mais a informação afetar a vida das pessoas, mais importante ela será. Tal critério foi identificado em todas as edições e, somadas, chegou a 67 vezes aparecimentos.

NOTAS

1 - Informação repassada por César Filho durante o telejornal SBT Brasil do dia 24 de julho de 2010.

2 - Informação repassada por Karyn Bravo durante o telejornal SBT Brasil do dia 24 de julho de 2010.

3 - Intervenção de Joseval Peixoto no telejornal SBT Brasil do dia 6 de dezembro de 2013.

4 - Opinião emitida por Joseval Peixoto no telejornal SBT Brasil do dia 6 de dezembro de 2013.

Female news anchor in SBT Brasil

ABSTRACT

This article intends to organize, collect, assess and interpret the information and results got through content analysis. We also used in the methodology the newsworthiness. By using these methods, this study shed light on the characteristics of the TV anchor and the real participation of the female anchor in the TV News SBT Brasil, broadcasted at night by the Brazilian channel SBT. Thus, this article demonstrated that SBT, beyond using the North American television journalism as parameter, provides editorial liberty to the female anchors in charge of SBT Brasil. In some cases, the female anchor had more participation than the male one, unlike the situation lived by the North American journalist Barbara Walters, the first female anchor of television journalism which only reached this position in 1976 on the TV channel ABC. With this article, we try to enrich the scarce bibliography on this subject, as well as support the raise of number of women working as journalists.

KEYWORDS: Female anchor. Television journalism. SBT Brasil. Content analysis. Newsworthiness.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

ALSINA, Rodrigo Miquel. **A construção da notícia**. Tradução de Jaob A. Pierce. Petrópolis: Vozes, 2009

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristovão: Editora UFS, 2005.

SBT. Site oficial. Disponível em: < <http://www.sbt.com.br/home/>> Acesso em 2 de julho de 2014.

_____. SBT em números. Disponível em:
<http://www.sbt.com.br/institucional/sbtemnumeros>> Acesso em 2 de julho de 2014.

_____. Jornalismo. Disponível em:
<<http://www.sbt.com.br/jornalismo/sbtbrasil/>> Acesso em outubro de 2014.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. SP: Summus Editorial, 2004.

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

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, Ed. 2, 2005a.

_____. **Teorias do Jornalismo**: Volume II. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, Ed. 2, 2005b.

WALTERS, Barbara. **A arte de entrevistar**. Ribeirão Preto, SP: Editora Novo Conceito, 2009.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2003.

Recebido: 10 ago. 2017.

Aprovado: 19 out. 2018.

DOI: 10.3895/rde.v8n13.6922

Como citar:

KRÜGER, P.H.C.; NEGRINI, M. A mulher âncora no SBT Brasil. R. Dito Efeito, Curitiba, v. 8, n. 13, p. 30-47, jul./dez. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/rde>>. Acesso em: XXX.

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

