

Estereótipo na Bancada: O perfil de quem apresenta os principais noticiários de rede dos Estados Unidos, México e Brasil¹

Iana COIMBRA²

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

RESUMO

Os apresentadores que ocupam as bancadas dos telejornais noturnos têm a responsabilidade de reunir e transmitir as principais notícias do dia. Porém, a posição de âncora esbarra em estereótipos, que ao mesmo tempo em que simplificam o mundo para que se possa compreendê-lo, trazem limitações. Neste artigo discorro sobre quem são os apresentadores dos principais telejornais de rede dos Estados Unidos, México e Brasil, numa tentativa de traçar um perfil e problematizar o estereótipo que eles envolvem.

PALAVRAS-CHAVE

1. Telejornal; 2. Estereótipo; 3. Jornalismo; 4. Televisão

INTRODUÇÃO

As vozes costumam ser firmes. A dicção perfeita. Os cabelos bem arrumados, assim como as roupas, alinhadas, impecáveis. Se for mulher, a maquiagem normalmente é leve e os cabelos sem nenhum fio branco aparente. Se homem, a barba não tem espaço e a cabeça grisalha têm o seu lugar. Existe uma certa expectativa em relação a quem ocupa as bancadas dos telejornais. Principalmente quando o noticiário em questão é transmitido em rede nacional, no chamado horário nobre, por emissoras que disputam o primeiro lugar da audiência. Neste artigo discorro sobre os estereótipos dos apresentadores dos principais telejornais dos Estados Unidos, México e Brasil, numa tentativa de traçar um perfil de quem está à frente dos noticiários noturnos de destaque dos países mais populosos do continente americano, de língua inglesa, espanhola e portuguesa.

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Iana Coimbra: mestranda do Programa de Pós Graduação da PUC Minas. ianacoimbra@hotmail.com.

Arlindo Machado (2001) escreveu que o telejornalismo é uma instituição de mediação simbólica entre aquilo que mostra e o público que assiste, já que o telespectador acompanha histórias sob o viés dos jornalistas, que contam o que viram, e amarram versões de testemunhas e entrevistados. E o fazem sob o viés dos editores, apresentadores, que amarram esses acontecimentos em uma narrativa que tem início, meio e fim, dentro de um tempo determinado de cada telejornal, que segue interesses e uma linha editorial. Os apresentadores, fazem então a introdução da história que será contada nas reportagens e às vezes comentam sobre o que foi exibido. Beatriz Becker (2016) defende que os noticiários oferecem uma forma familiar de entender o mundo por contarem a história cotidiana por meio de uma linguagem reconhecida pelas audiências, que encontram um ponto de referência no ambiente midiático e na vida social. Assim aquelas pessoas que estão na frente das câmeras, narrando o que se passou ao longo do dia se tornam referências para quem está do outro lado da tela.

Machado (2001) recorre a dois modelos para identificar como noticiários e apresentadores se comportam no ar. No modelo centralizado, também chamado de opinativo, o âncora tem poderes de decidir sobre as vozes que entram e saem, permanecendo como a fonte principal de organização dos enunciados. O roteiro é mais solto. No polifônico o apresentador é mais um condutor, em geral impessoal, que tem como função principal ler as notícias e abrir passagem para outros protagonistas. O enunciado televisual, neste caso, se constrói através de um discurso indireto: o apresentador chama o repórter, que chama o entrevistado, e assim sai encaixando uma narrativa dentro da outra. Para Machado (2001) a simples percepção da TV cotidiana demonstra que a maioria esmagadora dos programas se funda na imagem prototípica de uma cabeça falante que serve de suporte para o discurso de algum protagonista, o que acontece no telejornalismo por meio dos âncoras e dos repórteres que se revezam diante da TV. Estabelecendo-se o então a ideia de um diálogo com a audiência, a partir da presunção de que exista algum tipo de interlocução com o telespectador. Então nos vemos diante dessas pessoas, homens e mulheres, responsáveis por falar para uma ou mais câmeras, que ao se tornarem âncoras também se tornam representantes das empresas onde trabalham.

O estereótipo

Segundo John Fiske (1987), o telejornal é uma montagem de vozes, muitas vezes contraditórias, cuja estrutura narrativa não é suficientemente poderosa para ditar a qual devemos prestar mais atenção, ou qual deve ser usada como moldura para entender o resto. E nesse contexto polifônico é de se imaginar que a forma como os apresentadores se comportam, como se vestem, como falam, quem são e quem representam, também podem ser tomados pela audiência como moldura. O que nos leva a problematizar a questão do estereótipo.

Segundo Braghirolli, Pereira e Rizzon (1994) o estereótipo é uma supergeneralização de uma característica para toda uma categoria ou grupo de pessoas que pode conduzir a enganos de impressão sobre o outro. Para Johnson (1997) se trata de uma crença rígida, simplificada, aplicada a uma categoria inteira de indivíduos e a cada indivíduo da mesma. Moroni e Oliveira Filha (2008) completam que por serem resultado de um processo cultural, os estereótipos estão impregnados no inconsciente humano e social, que trazem consigo a generalização, que muitas vezes, traduz padrões equivocados e simplistas. E por que os estereótipos visuais têm forte apelo representativo? Porque são de fácil assimilação.

Para Walter Lippmann (2008) os estereótipos são filtros de percepção que trazem impressões fixas sobre o mundo, atuando como mediações redutoras, generalizando pessoas, atitudes, ações, tempos. Eles economizam os esforços de se compreender aquilo que se vê e acrescenta que as formas estereotipadas emprestadas ao mundo vêm dos códigos morais, filosofias sociais e agitações políticas. Categorizam pessoas, por meio de tipificações, que não estão relacionadas somente a representação, mas também às ideias de ordem especulativa, que conseguem penetrar e informar comunidades. Para Richard Dyer (1992) os estereótipos funcionam como um pensamento social carregados de sentimentos e sensações que são atrelados aos próprios estereótipos, de forma que assim pode-se se sentir seguro. Dyer (1992) problematiza o posicionamento por trás dos estereótipos, como os aspectos do pensamento humano, as representações, quem os controlam, quem os definem e a quais interesses servem.

Segundo Lippmann (2008) os estereótipos contam do mundo antes de que se tenha a chance de vê-lo. Por isso, ao ligar a TV e encontrar um tipo específico de apresentador diante da tela, pode se ter uma expectativa do que se assistirá dali em diante. Mas qual o estereótipo que temos desses apresentadores? De quem tem a função de apresentar as notícias e sintetiza a imagem e a linha editorial de determinado grupo de comunicação?

No Brasil sabe-se bem quem são aqueles que estão à frente do noticiário de maior audiência do país, o Jornal Nacional, da Rede Globo, criado em 1969. Sabe-se que provavelmente ao ligar a TV, depois da novela das sete, surgirão um homem e uma mulher, vestidos com roupas sociais, de cores sóbrias, sem estampas, assentados diante de uma bancada no estúdio. Sabe-se que o âncora provavelmente estará barbeado (a não ser que seja Alexandre Garcia apresentando como substituto), com os cabelos bem cortados, usando terno com cores sóbrias e gravata. A âncora, por sua vez, estará suavemente maquiada, com acessórios discretos. Sabe-se que eles falarão com a voz firme, mas sem exaltações. E sabe-se que a linha editorial que se segue acompanhará essa imagem, que vem sendo construída há quase cinquenta anos.

Mas o que se espera de uma bancada de um telejornal de rede norte-americano que disputa o primeiro lugar na audiência com outras duas emissoras? Seria um casal? Um homem? Uma mulher? Uma pessoa de etnia árabe? Ou oriental? Poderia ser um negro? Uma mulher jovem? Ou uma senhora de cabelos brancos? Se você soubesse que esse telejornal é transmitido pela NBC, uma das emissoras mais tradicionais dos Estados Unidos que produz programas como *The Voice*, *Friends*, *Saturday Night Live*, mudaria a percepção? E se soubesse que de acordo com Machado (2001) o modelo norte-americano de apresentação de telejornal influenciou a América Latina? Pensaria numa imagem semelhante à da bancada que temos em nosso próprio país?

Agora a reflexão é sobre o noticiário exibido no México. Quem seria essa cabeça falante que conduz as principais notícias do país no fim do dia? Um homem, uma mulher, um casal, dois homens, duas mulheres? E se partisse do ponto que a rede

responsável pelo noticiário de maior audiência no país é da emissora *Las Estrellas* que tem a produção voltada para o entretenimento? Que faz parte do grupo Televisa, famoso pelo fenômeno da cultura latina Chaves e pelas novelas exportadas por todo mundo? A forma como já se teve acesso a essa cultura, de acordo como o as referências que se tem dessas narrativas mudaria a expectativa sobre quem estaria na bancada? O conhecimento prévio levaria talvez a imaginar um homem de bigode farto e roupas coloridas falando acelerado? Ou se pensaria numa mulher de saia justa com um certo tom dramático? Quem sabe nem um, nem outro. Pode-se recorrer também à imagem dos apresentadores de telejornal brasileiros, e pensar que quem sabe, no mundo inteiro também seja assim.

Lipmann (2008) acredita que na confusão brilhante, ruidosa do mundo exterior, pega-se o que se consegue captar na forma estereotipada pela própria cultura. Joan Ferrés (1998), por sua vez, aponta que toda generalização simplificadora pressupõe uma traição a uma realidade que é complexa, contraditória e dual. Porque uma coisa é o estereótipo, aquilo que uma pessoa de fora vê e relaciona ao que lhe é estranho - como foi feito acima em relação aos apresentadores de telejornais de outros países. E outra, bem diferente, é o tipo. Que é como as pessoas se veem. Como se enxergam e como olham para os seus semelhantes - que estão dentro de sua própria cultura.

Estados Unidos: NBC Nightly News with Lester Holt

A NBC foi uma das primeiras emissoras do mundo, fundada ainda na década de 1920. Ao longo dos anos se consolidou como um canal de noticiários, ao mesmo tempo em que é responsável por seriados e programas de entretenimento populares como *Star Trek*, *Saturday Night Live*, *Seinfeld*, *ER*, *Friends*, *The Voice*. O *Nightly News* é herdeiro do primeiro telejornal de rede, noturno norte-americano, o *NBC Television Newsreel* que foi ar pela primeira vez em 1948. Segundo a própria emissora ele se consolidou como o noticiário noturno mais assistido na América do Norte, posição que disputa há décadas com os concorrentes da ABC e CBS³.

³ Disponível em: <https://www.nbcnews.com/nightly-news>. Acesso em 20 de fevereiro de 2018.

O nome do noticiário muda de acordo com quem detém a titularidade da bancada, que já teve John Chancellor, Tom Brokaw e Brian Williams, que a ocupou até 2015 quando foi afastado após um escândalo⁴. Homem, branco, de cabelos e olhos claros, com a imagem clássica de um norte-americano, assumiu a ancoragem aos 45 anos. Manteve a posição por uma década, sempre com visual impecável, terno, gravata, barbeado, com cabelos ligeiramente grisalhos ajeitados para trás. Até que confessou ter exagerado em relatos sobre a cobertura da guerra no Iraque, quando foi enviado especial. Williams disse que o helicóptero que o transportava foi atacado por militantes iraquianos, mas nenhum dos ocupantes da aeronave confirmou a história. A mentira causou mal estar e o jornalista foi afastado. Antes do escândalo ele figurava entre as 25 pessoas de maior credibilidade dos Estados Unidos. Ao confessar ter supervalorizado a experiência como correspondente de guerra e deixar a bancada, caiu mais de 800 posições. Williams voltou a empresa seis meses depois em outra posição, em outro canal do grupo, deixando vaga a cadeira de maior credibilidade da NBC.

Lester Holt já era repórter e apresentador substituto do noticiário⁵. Formado em estudos governamentais pela Universidade Estadual da Califórnia assumiu temporariamente. Acabou se consolidando como apresentador e se tornou o primeiro negro a assumir a bancada como âncora oficial de um telejornal de rede norte-americano, durante a semana. Aos 58 anos, casado com uma mulher, e pai de dois filhos, Holt rompeu com o estereótipo do âncora branco que vigorava desde que a TV americana foi fundada. Mas, em sua posição, continua reforçando outros, como a do apresentador que transmite credibilidade com a voz grave, que comenta pouco, seguindo o modelo polifônico proposto por Machado (2001). Mantém visual social impecável e cabelos grisalhos, crespos, ajeitados milimetricamente para trás. Nas redes sociais, (onde tem cerca de 100 mil seguidores no *Instagram*)⁶ posta imagens da vida profissional, entrevistando pessoas ou no estúdio, trabalhando no escritório que fica

⁴ Disponível em: <https://www.vanityfair.com/news/2017/10/brian-williams-11th-hour>. Acesso em 25 de fevereiro de 2018.

⁵ Disponível em: <http://www.sactownmag.com/October-November-2015/Ready-for-Prime-Time-Behind-the-Scenes-with-NBC-Anchor-Lester-Holt/>. Acesso em 20 de fevereiro de 2018.

⁶ Todos os números de seguidores usados neste artigo foram conferidos nos perfis citados em 20 de março de 2018.

no Rockefeller Center. No entanto preserva a vida pessoal. No Twitter, onde é seguido por quase 500 mil perfis se dedica a publicar as notícias do jornal que apresenta e os bastidores da vida de jornalista. Transmite apenas conteúdos que reforçam a imagem de credibilidade que a posição que ocupa requer.

O noticiário norte-americano *NBC Nightly News with Lester Holt* é exibido nacionalmente de segunda a sábado, às 19h30, e aos domingos às 20h30. Aos fins de semana tem uma escala de apresentadores. São 30 minutos de duração, com aproximadamente 20 de produção, excluindo os intervalos comerciais. O noticiário é bem dinâmico, com VTs, entradas ao vivo, entrevistas e comentaristas em estúdio, reportagens com e sem passagem, mas recheadas de artes, personagens, e imagens de arquivo. Nas redes sociais o telejornal também marca presença, no *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, e em aplicativos próprios. A linha editorial se concentra na cobertura das principais notícias do dia, e nos casos de destaque nacionais e internacionais.

México: En Punto con Denise Maerker

Conhecida pelas novelas que produz e exporta, como *Maria do Bairro*, *Marimar*, *Maria Mercedes*, a Televisa é um grupo que comanda quatro canais abertos com programação distinta. É a maior rede de televisão do México, em audiência, e transmite boa parte dos programas mais assistidos no país. Hoje, a Televisa é o maior conglomerado midiático da América Hispânica, a quinta maior empresa de televisão do mundo em 2016, ficando atrás da ABC, Rede Globo, CBS e NBC⁷. *Las Estrellas* é o principal canal do grupo e tem na grade programas de variedades, auditório, telenovelas, esportes e telejornalismo. De acordo com a programação divulgada pela emissora em setembro de 2017, o canal tem cinco telejornais. O principal é o *En punto con Denise Maerker*, exibido de segunda a sexta às 22h30⁸, com 30 minutos de duração. Lançado em 2005 é apresentado como um espaço informativo, alimentado por jornalistas jovens que trabalham para trazer as notícias mais relevantes, que serão temas de conversas no

⁷ Disponível em: <http://midiainteressante.com/2008/11/200811as-maiores-emissoras-de-televiso-do-html.html>. Acesso em 20 de janeiro de 2018.

⁸ Disponível em: <http://noticieros.televisa.com/programas/en-punto-con-denise-maerker/>. Acesso em 17 de setembro de 2017.

dia seguinte pelo país. E que a notícia requer mais do que imediatismo, mas análise e cuidado, porque o valor de uma história bem contada faz diferença.

Denise Maerker está à frente do jornal desde 22 de agosto de 2016, sucedendo o espanhol naturalizado mexicano Joaquín López Dóriga. Dóriga, homem, branco, casado, pai de quatro filhas, ostentava no ar os cabelos brancos, óculos preto de armação quadrada, terno e gravatas escuros, e mantinha uma postura formal na televisão. Com a locução forte e acelerada, característica dos apresentadores mexicanos, deixou a bancada após 16 anos comandando o jornalismo de rede noturno da Televisa. Foi substituído pela primeira mulher a ancorar o noticiário de maior destaque do México. Na época, a Televisa divulgou uma nota informando que a mudança envolvia a proposta de trazer maior profundidade às notícias, incluindo reportagens investigativas. Denise Maerker foi apresentada como uma garantia das melhores práticas do jornalismo contemporâneo, com um formato ágil de qualidade internacional, que permitiria prolongar liderança, audiência e influência do noticiário que está há anos na grade. Na nota o grupo informou que com essa e outras propostas, a Televisa se colocava na primeira fila de novos tempos.

Denise Maerker tem 52 anos, estudou Ciências Econômicas e Sociais na Universidad Católica de Lovaina, Bélgica, é mestre em Ciências Políticas, e doutora em Estudos Profissionais do Sistema Político por Sobornne, Paris. Pouco se sabe sobre a vida pessoal. A não ser que é solteira e não tem filhos. É conhecida por ser uma entrevistadora agressiva e está na lista das mulheres mais poderosas do México. Com uma imagem arrojada, cabelos loiros, curtos, modernos, ela faz caras e bocas enquanto narra e comenta as principais notícias do dia, nacionais e internacionais, sentada em uma bancada. Maerker ousa no visual, ao revezar entre as roupas convencionais de tons sóbrios e cortes tradicionais, estampas coloridas e peças chamativas, modificando o que o telespectador estava acostumado a ver até então.

O site de notícias *Expansión*⁹ publicou que a mudança teria um impacto positivo na credibilidade e audiência, depois que a Televisa se deu conta de que o modelo antigo

⁹ Disponível em: <http://expansion.mx/estilo/2016/08/22/5-claves-para-conocer-a-denise-maerker-la-nueva-periodista-estelar-de-televisa> e <http://expansion.mx/empresas/2016/05/31/televisa-se-renueva-para-dejar-de-perder-audiencia> Acesso em 26 de fevereiro de 2018.

não estava interagindo com as redes sociais, por isso estava se permitindo se tornar competitiva em novas plataformas, onde os usuários podem participar ativamente dos processos. Ao investir em uma profissional com um visual moderno, que se propunha em modificar o telejornalismo praticado interagindo nas redes, transmitindo os jornais pelo *Facebook*, comentando as notícias, e modificando a imagem que as pessoas viam na bancada, a emissora mexicana rompeu com o modelo que vigorava até então.

Curiosamente, Joaquín Lopez Dóriga também buscou se reinventar. Aos 71 anos tem 7 milhões e oitocentos mil seguidores no *Twitter*, que acompanham as notícias que ele posta e as enquetes que faz. Em janeiro deste ano Dóriga voltou para a TV, às 8 horas da noite, com a segunda temporada de *Si me dicen no vengo* - programa de debates que nesta edição se propõe a acompanhar as eleições presidenciais no país. No vídeo de divulgação surge uma nova versão do apresentador. De tênis com cadarços e solado verdes, calça de sarja, mangas arregaçadas, entra no estúdio com cabelos levemente desalinhados, andando com os braços abertos entre as bancadas onde os convidados defendem seus pontos de vista. O jornalista fica ao meio, de pé, intermediando o diálogo. Menos de dois anos depois de perder a posição de maior prestígio dentro da maior emissora de fala hispana do mundo, numa tentativa da empresa de romper com um modelo e um estereótipo, Dóriga se renova. Rompe com a imagem que as pessoas tinham dele mesmo e pisa no estúdio diferente. Mas só nos bastidores e na divulgação promovida pela empresa. Quando o programa entra no ar, ele volta para os ternos de cor escura e para as gravatas. Mas ousa numa escolha discreta: vez ou outra opta por sapatos informais, que se assemelham a tênis. Informal também é a forma como se move entre as bancadas, colocando as mãos no bolso, se apoiando em uma das pernas, e pedindo a participação da audiência pelas redes sociais, usando a *hashtag* com o nome do programa. Atitude que Maerker também tem no telejornal que comanda, onde posta e reposta os conteúdos produzidos para o *En Punto*, e convida as pessoas a participarem, curtindo, comentando e compartilhando o que publica para os mais de dois milhões de seguidores do *Twitter*, e 150 mil no *Facebook*.

Brasil: Jornal Nacional

Quando o Jornal Nacional começou a ser veiculado, em primeiro de setembro de 1969, com locução de Hilton Gomes e Cid Moreira, ele fazia parte de um processo de consolidação da TV no país. Segundo o ex-diretor da Globo, José Bonifácio Oliveira Sobrinho (2011), a ideia era criar um jornal que abrangesse o Brasil, o que foi possível quando a Embratel montou a rede nacional de micro-ondas. De acordo com Becker, Gambaro, Souza Filho (2015), durante a ditadura militar, o governo apoiou o desenvolvimento da TV como meio capaz de unir a população ideologicamente, fortalecendo empresas de comunicação, sendo a Rede Globo beneficiada no processo. Cid Moreira permaneceu por 26 anos na mesma bancada, por isso, segundo Borelli e Priolli (2000), teve a imagem e a voz, associadas à ditadura militar.

William Bonner assumiu a posição em 1996, e ao lado da jornalista Lillian Witte Fibe, estabeleceu como padrão para o JN o modelo de casal de apresentadores que ainda permanece. Segundo Borelli e Priolli (2000), dois anos depois, com a chegada da mulher de Bonner à bancada, Fátima Bernardes, o informativo ganhou um toque familiar. Ali, os âncoras marido e mulher se tornaram o estereótipo da família feliz, que na hora do jantar tinha a missão de se comunicar com as outras famílias. O país acompanhou a gravidez e o nascimento dos trigêmeos do casal. Durante a Copa do Mundo do Japão, quando Fátima viajou com a seleção brasileira, Bonner chamava a participação ao vivo dela com um certo afeto, e assim por 15 anos se tornaram o símbolo do jornalismo global. O JN se transformou na sala de visitas da Globo, como afirma Borelli e Priolli (2000).

Ao longo dos anos o jornal se modificou, teve vários cenários, ganhou mais agilidade, se modernizou, abraçou as redes sociais. A narrativa das reportagens ficou mais informal e alguns repórteres passaram a ousar no visual, com barbas, roupas coloridas e vez ou outra *jeans*. Mas o padrão do casal de apresentadores, brancos, na bancada permaneceu. Exceto quando substituídos por Heraldo Pereira ou Zileide Silva. Fátima Bernardes deixou o JN em 2011 para se dedicar ao próprio programa. Mudou figurino, penteado, acessórios. Continua fazendo entrevistas e trazendo informações, flutuando entre entretenimento e jornalismo nas manhãs da Globo. Conseguiu

transportar a credibilidade que conquistou na bancada cinza para os palco, onde agora, se atreve a dançar. Mudou o estado civil também.

A jornalista foi substituída por Patrícia Poeta, que vinda do Fantástico abandonou o ar informal da revista eletrônica pra ser envolvida pelo padrão clássico do jornal mais rígido, e de mais prestígio, da casa. Três anos depois foi a vez dela migrar também para o entretenimento. Deixou o cabelo crescer. Hoje veste roupas curtas, justas, vestidos, fendas, maxi brincos e colares. Sorri sempre no programa *É de casa*, nas manhãs de sábado. Continua com o visual impecável, mas debaixo de outro crivo, outros olhares, outro padrão, outras expectativas. Outro estereótipo. Renata Vasconcelos, que até então apresentava o Bom Dia Brasil assumiu a posição ao lado de Bonner. Manteve o visual sofisticado, porém com um leve ar despojado, que já tinha adotado no outro noticiário. Com o tempo tem deixado alguns fios brancos aparecerem, o que até então seria pouco provável para uma mulher na posição que ocupa.

Bonner, por sua vez, tem se soltado na bancada. Se arrisca com comentários e no trato com os colegas que aparecem ao vivo. Nas redes sociais se tornou o “tio”. Tem cerca de dois milhões e meio de seguidores no *Instagram*. Surge com a barba por fazer e óculos que não usa no ar. Posta fotos da família e bastidores do JN. No *Twitter* tem mais de 10 milhões de seguidores, onde brinca e responde perguntas. Porém a informalidade chega ao fim quando a escalada do Jornal Nacional tem seus primeiros acordes. Com o famoso “boa noite”, a audiência já sabe exatamente o que vai encontrar.

Novos modelos

Ao mesmo tempo em que as emissoras citadas vem tentando equilibrar credibilidade e inovação, tradição e renovação, elas se arriscam em romper até mesmo com o estereótipo dos telejornais que elas mesmas criaram. Desde 2015 a Globo aposta no G1 em 1 minuto, o boletim informativo produzido pelos jornalistas do *site*. Como o nome diz, têm-se apenas um minuto para transmitir informação. Então é feito um giro com notícias diversas, que de forma rápida e sucinta entra no meio da programação da

emissora. A jornalista Mariana Palma, que assina como Mari Palma, ocupou o posto até março deste ano. No ar usava camisetas de bandas, marcas e referências à cultura pop. A imagem descolada dialoga com um público jovem, e desafia os mais tradicionais a concederem à ela a mesma credibilidade que creditam aos apresentadores convencionais. Mesmo desafio que recai sobre o Cauê Fabiano com quem Mari se revezava na apresentação e que se mantém no ar. Tatuado, com barba por fazer, cabelo desgrenhado, *piercing*, e com camisetas divertidas, ele também rompe com a imagem tradicional de quem ocupa a posição de âncora. Ainda que não seja em uma bancada, mas sim em pé no meio da redação por apenas um minuto.

Já a Televisa lançou em janeiro de 2018 um noticiário para web. Transmitido ao vivo pelo *Youtube* e *Facebook*, o *PuntoNews* traz uma imagem conhecida: um homem e uma mulher numa bancada falando para a câmera sobre as notícias do dia. Mas o estereótipo termina aí. Ambos usam roupas informais. *Jeans*, camiseta, blusas com recortes diferentes, decotes, estampas, jaquetas, cachecol e penteados. Na bancada computadores, canecas, papéis e canetas coloridas espalhadas. Os apresentadores falam o tempo todo olhando um para o outro, se atropelam, gesticulam muito, se mexem o tempo todo. Mantém seus celulares pessoais por perto e os usam durante a edição, lendo comentários das redes e até mesmo carregando os dispositivos na tomada. O cenário, assim como o do brasileiro G1, é uma redação. Mas aqui separada por um vidro que se torna um painel, onde são escritos o nome do jornal e os assuntos que serão abordados na edição. Entre os apresentadores tem uma cadeira para convidados que chegam com os celulares nas mãos e os apoiam na bancada, o que seria impensável na versão tradicional. A linha editorial privilegia o que circula pelas redes sociais, explorando bastante imagens amadoras. Os apresentadores, Danielle Dithurbide - uma morena de cabelos longos bonita, jovem, com maquiagem bem marcada, magra, que também ancora um noticiário às cinco da manhã; e Claudio Ochoa, repórter de esportes com barba por fazer e sorriso fácil. Na internet eles subvertem o estereótipo de um telejornal comum. Durante mais de 20 minutos de transmissão não exibem reportagens, mas contam, narram e comentam notícias. Também fazem entrevistas, como com o próprio Joaquín Lopez Dóriga, que foi convidado para falar sobre o programa dele. O foco do

PuntoNews está no casal de jornalistas, que mantém a narração acelerada característica dos mexicanos, enquanto interagem, brincam e fazem o que eles definem como uma nova forma de informar.

A NBC, por sua vez, tem investidos em conteúdos *online* de uma forma diferente das emissoras mexicana e brasileira. Lançaram uma divisão chamada *NBC Left Field*¹⁰ em julho de 2017. Nela profissionais de áreas diferentes produzem vídeos jornalísticos para serem exibidos somente nas redes sociais. Mas aqui não tem a figura de um âncora. Às vezes até um repórter ou apresentador aparecerem no meio da narrativa, mas com o visual adequado ao assunto que está sendo tratado, e não da mesma forma como os âncoras ou repórteres dos jornais tradicionais.

Considerações finais

Como vimos a mídia tem sim o poder de imprimir um estereótipo e de se utilizar dele. Mas com qual intenção? Pode ser, por exemplo, buscar desenvolver a imagem de seriedade ao que se noticia, como fez o Jornal Nacional ao recorrer a uma dupla de apresentadores com vozes graves e visual austero à bancada no final dos anos 1960. Porém, existe o momento quando se torna interessante romper com o estereótipo estabelecido. Como aconteceu no México, com o *En Punto con Denise Maerker*, ao substituírem o apresentador experiente, que até então tinha pouco traquejo com as redes sociais, por uma mulher arrojada, com um visual atraente, moderno, que se propunha a dialogar com um universo até então pouco explorado. Dessa forma, a própria emissora modernizou um produto que há anos estava no ar, inclusive ao passar a transmitir também o telejornal pelas redes e ao promover uma interação que até então não era estimulada. Mas os grandes estereótipos são rompidos apenas no despojado *PuntoNews*.

No caso do jornal norte-americano, *NBC Nightly News with Lester Holt*, foi interessante trazer um apresentador negro após um escândalo envolvendo o âncora branco, que confessou ter mentido. Holt já tinha uma trajetória consolidada, uma carreira respeitada, e plena capacidade para assumir a função que já desempenhava como substituto. O que coincidiu com um momento político e histórico onde o

¹⁰ Disponível em: <https://www.nbcnews.com/leftfield/about>. Acesso em 15 de fevereiro de 2018.

presidente norte-americano Barack Obama era negro, e a população afroamericana exigia maior participação em lugares de liderança na sociedade. Sim, foi interessante para a NBC aproveitar a situação para modificar a bancada, rompendo o estereótipo clássico do apresentador caucasiano, mas mantendo os valores e o visual que para a emissora ainda são interessantes. A inovação mais significativa também ficou para o que é veiculado somente pela internet, assim como acontece com a Televisa.

Por outro lado, aqui no Brasil, a bancada do Jornal Nacional ainda segue o padrão estabelecido há mais de 20 anos, quando o casal de âncoras se tornou modelo de apresentação copiado por outros telejornais do país. Valéria Monteiro, Lillian Witte-Fibe, Fátima Bernardes, Patrícia Poeta e agora Renata Vasconcelos, sempre ao lado de apresentadores do sexo masculino, reforçam a imagem binária, um homem e uma mulher, que para a emissora representa a credibilidade pela qual o principal noticiário da Globo preza. Bonitas, discretas, vestidas de forma clássica, com maquiagem suave, narram os acontecimentos com suavidade e firmeza. William Bonner, que permanece como apresentador e editor chefe tem se soltado diante das câmeras, até chamando pelo apelido a apresentadora do tempo, Maria Júlia Coutinho, a Maju. Essa, por sua vez, assumiu a posição há quase três anos, rompendo com um estereótipo. Foi a primeira mulher negra a ocupar a função. Com seus cabelos crespos, volumosos, roupas coloridas, arrojadas, linguagem fácil, movimentou o noticiário mais tradicional do país.

Porém, se a emissora ainda ousa pouco no Jornal Nacional, ela tem se arriscado na apresentação do G1 em 1 minuto, onde os jornalistas são jovens, descolados e visualmente transgressores do padrão que até então vigorava. Com camisetas cheias de marcas, tatuagens visíveis, barba por fazer, cabelos compridos, acessórios chamativos representam o oposto do que se esperava em um noticiário global. Experiência e tentativa de romper estereótipos e inovar num padrão já estabelecido. Nem que seja nos rápido 60 segundos a cada vez que estão no ar.

Referências bibliográficas

ALZAMORA, Geane Carvalho. **Televisão em Semiose: mídia, intermídia, transmídia.** São Paulo, Anais da Compós: 2017.

BECKER, Beatriz. **Televisão e telejornalismo: transições.** Estação das letras e cores. São Paulo, 2016.

BRAGHIROLI, Elaine Maria, PEREIRA, Siloé & RIZZON, Luiz Antônio. **Temas de psicologia social.** 6 edição. Petrópolis, Vozes, 1994.

BORELLI, Sílvia H. S. e PRIOLLI, Gabriel. (coords.). **A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência.** São Paulo: Summus, 2000.

CLARK, Walter e PRIOLLI, Gabriel. **O campeão de audiência.** Editora Best Seller, 1991.

CONWAY, Mike. **The origins of television news in America: the visualizers of CBS in the 1940s.** Peter Lang, New York, 2009.

DYER, Richard. **The role of stereotypes.** in.: Paul Marris and Sue Thornham: **Media Studies: A reader**, 2nd edition. Edinburgh University Press, 1999.

FECHINE, Yvana e MOREIRA, Diego Gouveia. **Dispositivo midiático de participação nas interações transmídias: explorando o conceito a partir das ações da Rede Globo no seriado Malhação.** Galaxia. São Paulo, 2016.

FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar.** Porto Alegre: Artmed, 1998

FINGER, Cristiane. **O telejornalismo agora está no Facebook: uma narrativa da reportagem de televisão para as redes sociais.** Curitiba, Anais da Intercom: 2017.

FISK, John. **Television culture.** Methuen & Co. London, New York, 1987.

GENETTE, Gérard. **O discurso da narrativa.** Lisboa: Editora Veja, 1995.

GENETTE, Gérard. **Fronteiras da narrativa.** In: BARTHES, R. et. al. **Análise estrutural da narrativa.** Petrópolis, Vozes, 2008.

JOHNSON, Allan G. **Dicionário de sociologia. Guia prático da linguagem sociológica.** Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997.

MACHADO, Arlindo. **Televisão levada a sério.** São Paulo: Senac, 2001.

MORONI, Aloyohha de Oliveira e OLIVEIRA FILHA, Elza Aparecida. **Estereótipos no telejornalismo brasileiro: identificação e reforço.** Anais do Intercom, 2008.

PONCE DE LEON, Charles. **That's the way it is: a history of television news in America.** University of Chicago Press, Chicago, 2015.

RUIZ, Enrique E. Sánchez. **Hacia una cronología de la television mexicana** In: *Comunicación y Sociedad*, núm. 10-11, septiembre-abril, pp. 263-266. 1991.

SODRÉ, Muniz. **A antropológica do espelho.** Petrópolis: Vozes, 2002.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis: Vozes, 1998.